



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpd.v4i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Menjembatani Kesenjangan Kapasitas: Peran Strategis Kelompok Tenun Ikat Skala Besar dalam Pemberdayaan Kelompok Kecil dan Menengah di Kabupaten Sikka NTT

Andy Suriyani¹, Abdul Kholiq², Nurdin H Abd Rahman S³, Bryan Andika Putra Mapata⁴

¹Universitas Muhammadiyah Maumere, Maumere, Indonesia, andysuriyani97@gmail.com.

²Universitas Muhammadiyah Maumere, Maumere, Indonesia, iq.abdul.kholiq@gmail.com

³Universitas Muhammadiyah Maumere, Maumere, Indonesia, nurdinrahman811@gmail.com

⁴Universitas Muhammadiyah Maumere, Maumere, Indonesia, bryanbryanmof@gmail.com

Corresponding Author: andysuriyani97@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to analyze the strategic role of large-scale ikat weaving groups in bridging the capacity gap of small- and medium-scale ikat weaving groups and formulate an effective and sustainable collaboration model in Sikka Regency, East Nusa Tenggara. The research uses a descriptive qualitative approach with a case study design. Data were obtained through participatory observation, in-depth interviews, Focus Group Discussions (FGD), and documentation studies involving large-scale ikat weaving groups, small and medium groups, as well as the Sikka Regency Trade, Cooperatives, and SMEs Office. Data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and conclusion drawn, while the validity of the data was maintained through triangulation of sources, methods, and time. The results of the study show that the capacity gap is multidimensional, especially in human resources and skills, market access, digital marketing, quality and standardization, design development, production, and business management. Large-scale ikat weaving groups have a strategic position as local capacity builders through knowledge transfer, mentoring, design assistance, quality control, production collaboration, and market access opening. The research produces an inter-scale collaboration model consisting of six stages, namely capacity gap mapping; establishment of partner and mentor groups; knowledge transfer and capacity building; production practices and collaborations; strengthening marketing and market access; and monitoring, evaluation, and sustainable development. This model places large groups as mentors, quality partners, innovation drivers, and market bridges, with government and university support. These findings confirm that the internal capacity of the ikat weaving ecosystem can be mobilized as an empowerment resource to strengthen the competitiveness and sustainability of the Sikka ikat weaving industry.*

Keywords: *Human resource capacity, Creative Economy, Sikka Ikat Weaving, Collaboration, Empowerment*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis peran strategis kelompok tenun ikat skala besar dalam menjembatani kesenjangan kapasitas kelompok tenun ikat skala kecil dan

menengah serta merumuskan model kolaborasi yang efektif dan berkelanjutan di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, Focus Group Discussion (FGD), dan studi dokumentasi dengan melibatkan kelompok tenun ikat skala besar, kelompok kecil dan menengah, serta Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Sikka. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, metode, dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesenjangan kapasitas bersifat multidimensional, terutama pada sumber daya manusia dan keterampilan, akses pasar, digital marketing, kualitas dan standarisasi, pengembangan desain, produksi, serta manajemen usaha. Kelompok tenun ikat skala besar memiliki posisi strategis sebagai local capacity builder melalui transfer pengetahuan, mentoring, pendampingan desain, quality control, kolaborasi produksi, dan pembukaan akses pasar. Penelitian menghasilkan model kolaborasi antar-skala yang terdiri atas enam tahapan, yaitu pemetaan capacity gap; penetapan kelompok mitra dan mentor; transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas; praktik dan kolaborasi produksi; penguatan pemasaran dan akses pasar; serta monitoring, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan. Model ini menempatkan kelompok besar sebagai mentor, quality partner, penggerak inovasi, dan market bridge, dengan dukungan pemerintah dan perguruan tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa kapasitas internal ekosistem tenun ikat dapat dimobilisasi sebagai sumber daya pemberdayaan untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan industri tenun ikat Sikka.

Kata kunci: Kapasitas SDM, Ekonomi Kreatif, Tenun Ikat Sikka, Kolaborasi, Pemberdayaan.

PENDAHULUAN

Pendahuluan Pada era ekonomi kreatif yang terus berkembang, tenun telah bertransformasi dari artefak budaya menjadi komoditas ekonomi strategis yang berkontribusi nyata bagi pembangunan daerah (Eni et al., 2022; Mahrinasari et al., 2024; Rindekraf, 2019; Siagian et al., 2025). Di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur, tenun ikat menjadi pilar utama ekonomi kreatif daerah. Laporan Akhir Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Berkelanjutan oleh Bappelitbangda Kabupaten Sikka bersama Universitas Brawijaya menunjukkan bahwa sektor seni dan budaya khususnya kerajinan tangan menyumbang sekitar 30 persen dari total potensi ekonomi kreatif daerah (Tibo, 2023). Pengakuan tenun ikat sikka sebagai Indikasi Geografis (IG) semakin menegaskan nilai strategisnya, baik dari sisi pelestarian budaya maupun daya saing komersialnya (Popi, 2024).

Sebagai respons terhadap potensi tersebut, Pemerintah Kabupaten Sikka melalui Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM telah menginisiasi berbagai program pembinaan, meliputi pelatihan teknis menenun, workshop desain motif, pengembangan produk, serta pendampingan pemasaran dan digital branding. (Chotimah et al., 2024; Pamela, 2023; Popi, 2024; Sina & Tefa, 2019; Suriyani et al., 2023; Suriyani & Saleh, 2023). Program-program tersebut terbukti meningkatkan kapasitas sebagian kelompok penenun, terutama dalam keterampilan produksi dan pemanfaatan pemasaran digital, meskipun masih terkendala oleh keterbatasan fasilitas dan latar belakang pendidikan penenun (Barus et al., 2023a).

Namun demikian, besarnya jumlah dan luasnya sebaran kelompok penenun di Kabupaten Sikka menjadi tantangan struktural yang belum teratasi secara optimal. Data Disperindag mencatat 353 kelompok penenun (Perbup Sikka, 2023) tersebar di 19 kecamatan, dengan total anggota mencapai 5.475 orang (Suriyani et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan program pembinaan pemerintah belum mampu menjangkau seluruh kelompok secara merata akibat keterbatasan anggaran, sumber daya pendamping, dan kesinambungan

program (Chotimah et al., 2024). Akibatnya, sebagian besar kelompok penenun kecil dan menengah masih mengalami keterbatasan kapasitas SDM (Femilia & Udi, 2019).

Kesenjangan kapasitas ini semakin nyata pada aspek akses pasar. Laporan Kemenkop UKM, hanya sekitar 20 persen produk UMKM tenun NTT yang mampu menembus pasar digital dan pameran nasional (Caratri, 2024). Sebagian besar kelompok kecil-menengah masih bergantung pada pasar lokal bernilai rendah, sementara kelompok tenun ikat skala besar telah menjangkau kemitraan nasional, pameran berskala besar, hingga pasar ekspor, yang menunjukkan adanya kesenjangan struktural dan perlunya peran aktor lokal berkapasitas serta berjejaring kuat (Chotimah et al., 2024).

Dari sisi pengembangan produk, tantangan serupa juga dihadapi kelompok kecil-menengah. Penelitian Suriyani (Suriyani et al., 2023) mengungkapkan bahwa sebagian besar kelompok penenun skala kecil di Kabupaten Sikka masih bertahan pada pola dan motif tradisional tanpa inovasi desain yang menyesuaikan tren pasar. Kondisi ini berbanding terbalik dengan kelompok skala besar yang telah mampu mengkombinasikan nilai-nilai tradisional dengan pendekatan desain kontemporer, sehingga produknya lebih adaptif dan kompetitif di pasar nasional-internasional.

Dalam konteks ini, kelompok tenun ikat skala besar memiliki peran strategis tidak hanya sebagai entitas produksi tetapi juga sebagai *agent of change* dalam ekosistem tenun ikat sikka. Dengan pengalaman manajemen usaha, pengendalian kualitas, inovasi desain, serta jejaring pasar yang luas, kelompok skala besar berpotensi menjadi mentor dan mitra strategis bagi kelompok kecil-menengah melalui transfer pengetahuan, pendampingan manajemen, serta pembukaan akses pasar yang berkelanjutan (Barus et al., 2023b; Chotimah, 2022; Chotimah et al., 2021, 2024; Fina & Nayheli, 2023; Marlini et al., 2020; Natalia et al., 2024; Suriyani et al., 2023; Suriyani & Saleh, 2023).

Urgensi penelitian ini diperkuat dengan arah kebijakan pembangunan nasional dalam RPJPN 2025-2045 menempatkan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal sebagai sektor unggulan untuk memperkuat daya saing global dan ketahanan ekonomi daerah (RPJPN, 2025).

Penelitian terdahulu yang telah peneliti lakukan dengan judul “*Capacity Building Empowerment of Weaver Groups Through Weaving Business Innovation at the Ikat Jata Kapa Weaving Center in Sikka Regency*” (Suriyani et al., 2023) menunjukkan bahwa penguatan kapasitas internal mampu mendorong kemandirian kelompok penenun, namun masih menghadapi keterbatasan signifikan dalam hal akses pasar dan dukungan eksternal yang berkelanjutan.

Disamping intervensi pemerintah, terdapat kontribusi penting dari kelompok tenun ikat skala besar yang selama ini kurang mendapat sorotan dalam penelitian akademik. Kelompok skala besar berperan dalam proses pendampingan dan pelatihan, terutama pada aspek teknis yang tidak sepenuhnya dapat difasilitasi oleh dinas, seperti inovasi pewarnaan alam, diversifikasi motif sesuai tren, serta strategi pengembangan produk yang adaptif terhadap kebutuhan pasar modern. Peran ini menunjukkan bahwa kelompok skala besar memiliki kapasitas unik sebagai sumber pengetahuan praktis, kultural, dan inovatif yang melengkapi keterbatasan peran pemerintah dalam pemberdayaan kelompok kecil dan menengah.

Kajian-kajian terdahulu yang ada kaitannya dengan penelitian ini yaitu (Barus et al., 2023a; Chotimah, 2022; Chotimah et al., 2021, 2024; Dentis, 2024; Femilia & Udi, 2019; Fina & Nayheli, 2023; Koten et al., 2021; Lionisius Epo & Maulina, 2024; Marlini et al., 2020; Sina & Tefa, 2019; Telagawathi et al., 2021; Tibo, 2023; Tuthaes et al., 2024). Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis peran strategis kelompok tenun ikat skala besar sebagai aktor lokal dalam pemberdayaan kelompok kecil dan menengah, yang mencakup peningkatan kapasitas SDM, perluasan akses pasar, serta pengembangan inovasi produk. Selain itu, penelitian ini menawarkan perumusan model kolaborasi antar skala usaha yang sistematis dan kontekstual sebagai alternatif pendekatan pemberdayaan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya

memperkaya literatur akademik, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan kebijakan dan strategi penguatan industri tenun ikat sikka.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini yaitu: (1) bagaimana peran strategis kelompok tenun ikat skala besar dalam pemberdayaan, akses pasar, dan pengembangan produk kelompok tenun ikat skala kecil-menengah di Kabupaten Sikka; dan (2) bagaimana model kolaborasi yang efektif dan berkelanjutan antara kelompok tenun ikat skala besar dan kelompok kecil-menengah yang dapat diterapkan untuk memperkuat daya saing industri tenun ikat di Kabupaten Sikka?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus untuk menganalisis peran strategis kelompok tenun ikat skala besar dalam pemberdayaan kelompok kecil dan menengah di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2026 dengan objek penelitian meliputi peningkatan kapasitas SDM, pengembangan produk, kualitas, digital marketing, akses pasar, dan kolaborasi antar-skala kelompok tenun ikat.

Informan penelitian dipilih secara purposive sampling berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan terhadap aktivitas tenun ikat.

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Informan Penelitian	Jumlah
1	Kelompok Lero Bekor (Skala Besar)	1
2	Kelompok Watu Bo (Skala Besar)	1
3	Kelompok Dala Mawarani (Skala Besar)	1
4	Kelompok Runu Puhun (Skala Menengah)	1
5	Kelompok Rempe Sika (Skala Kecil)	1
6	Staf Pengembangan Desain Motif dan Produk, pemrosesan, dan pemasaran Tenun Ikat Sikka	1
7	Kepala Seksi Kemitraan Usaha Industri Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Sikka	1
Total Informan		7

Sumber: Peneliti (2026)

Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, Focus Group Discussion (FGD), dan studi dokumentasi. Instrumen penelitian meliputi pedoman wawancara, pedoman observasi, pedoman FGD, dan dokumentasi, dengan peneliti sebagai instrumen utama. Data dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, metode, dan waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Temuan Penelitian

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa persoalan utama dalam pengembangan kelompok tenun ikat di Kabupaten Sikka bukan semata-mata keterbatasan kemampuan produksi, tetapi adanya kesenjangan kapasitas antar-skala kelompok yang mencakup sumber daya manusia, produksi, pengembangan desain, kualitas, manajemen usaha, branding, pemasaran digital, dan akses pasar. Perbedaan kapasitas tersebut membentuk struktur yang tidak seimbang dalam ekosistem usaha tenun ikat, dimana kelompok skala besar memiliki pengalaman, sumber daya, dan jaringan yang relatif lebih kuat dibandingkan kelompok skala kecil dan menengah. Temuan ini konsisten antara observasi yang dilakukan, wawancara kelompok, hasil pemetaan FGD, serta perspektif Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Sikka (Suriyani et al., 2023).

Meskipun demikian, kesenjangan tersebut tidak menunjukkan hubungan yang bersifat kompetitif semata. Sebaliknya, hasil penelitian memperlihatkan adanya potensi hubungan komplementer antara kelompok yang memiliki kapasitas lebih tinggi dan kelompok yang masih membutuhkan penguatan. Kelompok skala besar memiliki pengetahuan produksi, pengalaman pengembangan desain, kemampuan pengendalian kualitas, praktik pengelolaan usaha, serta jaringan pasar yang dapat ditransfer kepada kelompok kecil-menengah. Pada sisi lain, kelompok kecil-menengah memiliki kebutuhan nyata terhadap keterampilan, pengembangan produk, peningkatan kualitas, digital marketing, dan akses pasar yang lebih luas.

Temuan tersebut menjadi dasar bahwa pemberdayaan kelompok kecil-menengah tidak harus sepenuhnya bergantung pada intervensi eksternal. Kapasitas yang telah terbentuk di dalam ekosistem tenun itu sendiri dapat dimobilisasi sebagai sumber daya pemberdayaan. Dalam konteks ini, kelompok besar berpotensi bertransformasi dari sekadar pelaku usaha menjadi capacity builder, mentor, mitra produksi, penggerak inovasi, dan market bridge.

Tabel 2. Peta Utama Kesenjangan Kapasitas Antar-Skala

Dimensi	Kelompok Skala Besar	Kelompok Menengah	Kelompok Kecil	Bentuk Kesenjangan
SDM/ Keterampilan	Lebih berpengalaman dan pembagian tugas lebih jelas	Keterampilan belum merata	Sangat bergantung pada anggota tertentu	Kompetensi dan pemerataan
Produksi	Kapasitas lebih besar dan alur lebih terorganisasi	Masih berkembang	Terbatas	Kapasitas dan efisiensi
Desain	Lebih mampu mengembangkan variasi	Inovasi masih terbatas	Cenderung menggunakan motif yang telah dikuasai	Inovasi produk
Kualitas	Lebih terkontrol	Perlu standardisasi	Belum konsisten	Konsistensi dan standardisasi
Manajemen	Relatif lebih terstruktur	Mulai berkembang	Masih terbatas	Kapasitas manajerial
Branding	Lebih kuat	Belum optimal	Masih terbatas	Identitas dan positioning
Digital marketing	Relatif lebih berkembang	Masih perlu penguatan	Belum optimal	Kompetensi digital
Akses pasar	Lebih luas	Terutama lokal/nasional	Dominan lokal	Jaringan pasar dan buyer

Sumber: Peneliti (2026)

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa *capacity gap* bersifat multidimensional dan saling berhubungan. Keterbatasan keterampilan dapat memengaruhi kualitas produksi; kualitas yang tidak konsisten dapat membatasi akses ke buyer; keterbatasan desain dapat mengurangi kemampuan adaptasi produk; sementara lemahnya digital marketing mempersempit peluang untuk menjangkau konsumen di luar pasar lokal.

Dengan demikian, intervensi pemberdayaan yang hanya berfokus pada satu dimensi berpotensi menghasilkan perubahan yang tidak berkelanjutan. Temuan penelitian justru menunjukkan perlunya pendekatan yang mengintegrasikan SDM → produk → kualitas → pemasaran → akses pasar dalam satu mekanisme kolaborasi.

B. Peran Strategis Kelompok Tenun Skala Besar

1. Peran Strategis dalam Local Capacity Builder

Hasil wawancara dengan kelompok skala besar menunjukkan pola temuan yang konsisten mengenai posisi kelompok besar sebagai sumber pengetahuan dan pengalaman. Kelompok besar telah berkembang dari kegiatan produksi yang relatif terbatas menjadi kegiatan usaha yang mencakup produksi, pengembangan desain, pengelolaan pesanan, pemasaran, dan pengelolaan usaha yang lebih terstruktur. Pembagian kerja juga relatif lebih jelas antara fungsi produksi, desain, pemasaran, pengelolaan pesanan, dan manajemen usaha. Kondisi tersebut memiliki konsekuensi strategis. Pengetahuan yang dimiliki kelompok besar tidak hanya menjadi aset internal kelompok, tetapi dapat berfungsi sebagai sumber daya pembelajaran bagi kelompok dengan kapasitas lebih rendah. Pengalaman yang terbentuk dari

proses produksi dan pengelolaan usaha selama ini memberikan pengetahuan praktis yang sulit diperoleh hanya melalui pelatihan teoritis.

Hal tersebut diperkuat oleh perspektif Dinas yang memandang kelompok besar memiliki pengalaman produksi, pengembangan desain, pengendalian kualitas, manajemen, pemasaran, dan jaringan pasar yang lebih luas. Dinas juga mengidentifikasi transfer pengetahuan, mentoring, peningkatan kualitas, pengembangan desain, dan pembukaan akses pasar sebagai kontribusi strategis kelompok besar. Oleh karena itu, penelitian ini memaknai kelompok besar sebagai *local capacity builder*, yaitu aktor lokal yang memiliki kapasitas untuk membantu meningkatkan kemampuan aktor lain dalam ekosistem yang sama.



Gambar 1. Transformasi Peran Kelompok Skala Besar
Sumber: Peneliti (2026)

Makna penting dari temuan tersebut adalah bahwa pemberdayaan dapat dibangun dari dalam ekosistem industri lokal. Pemerintah dan perguruan tinggi tetap penting, tetapi kelompok besar memiliki keunggulan berupa pengalaman langsung dalam menghadapi persoalan produksi dan pasar.

2. Peran Strategis dalam Peningkatan Kapasitas SDM

Kesenjangan SDM dan keterampilan merupakan temuan yang paling kuat dalam penelitian. FGD menempatkan aspek ini sebagai prioritas sangat tinggi karena ketidakmerataan keterampilan berdampak langsung terhadap kualitas produk, kapasitas produksi, inovasi, dan kemampuan memenuhi permintaan pasar. Temuan tersebut konsisten dengan wawancara kelompok kecil. Kelompok kecil menyatakan bahwa kemampuan anggota belum merata dan beberapa proses produksi masih bergantung pada anggota yang lebih berpengalaman. Keterampilan yang membutuhkan penguatan meliputi produksi, desain, pengendalian kualitas, manajemen usaha, pemasaran, dan digital marketing. Kelompok menengah juga menunjukkan pola yang sama. Keterampilan anggota belum merata dan kebutuhan peningkatan kapasitas mencakup desain, kualitas, manajemen usaha, pemasaran, teknologi digital, serta kemampuan produksi. Konsistensi ketiga sumber tersebut menunjukkan bahwa persoalan SDM bukan sekadar persepsi satu kelompok, tetapi merupakan temuan lintas-informan.

Tabel 3. Triangulasi Temuan Kapasitas SDM

Sumber Data	Temuan Utama	Makna Analitis
Kelompok besar	Memiliki SDM berpengalaman	Tersedia sumber pengetahuan lokal
Kelompok menengah	Keterampilan belum merata	Mebutuhkan peningkatan dan <u>mentoring</u>
Kelompok kecil	Keterampilan bergantung pada anggota tertentu	Terjadi ketergantungan pengetahuan
Dinas	SDM merupakan kesenjangan paling mendasak	Perlu intervensi prioritas
FGD	SDM/keterampilan = prioritas sangat tinggi	Menjadi titik masuk model

Sumber: Peneliti (2026)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa tujuan pemberdayaan tidak cukup hanya meningkatkan jumlah anggota yang pernah mengikuti pelatihan. Yang lebih penting adalah redistribusi pengetahuan dan pemerataan kompetensi di dalam kelompok. Karena itu, kelompok besar dapat memainkan peran melalui pelatihan berbasis kebutuhan, demonstrasi, praktik langsung, konsultasi, mentoring, dan kunjungan belajar. Wawancara kelompok besar secara eksplisit menunjukkan bahwa mekanisme tersebut telah digunakan atau dipandang sesuai untuk transfer pengetahuan.


 Gambar 2. Mekanisme Peningkatan Kapasitas SDM
 Sumber: Peneliti (2026)

Temuan ini mengarah pada satu prinsip penting yaitu pelatihan harus berubah menjadi proses pembelajaran berkelanjutan. Jika kegiatan berhenti pada pelatihan, terdapat risiko pengetahuan tidak diterapkan secara konsisten. Karena itu, mentoring menjadi mekanisme penghubung antara pengetahuan yang diberikan dan kemampuan yang benar-benar dikuasai.

3. Peran dalam Pengembangan Produk dan Inovasi Desain

Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup jelas dalam pengembangan desain. Kelompok besar relatif lebih mampu mengembangkan variasi motif, warna, ukuran, dan produk turunan sesuai kebutuhan pasar, sementara kelompok kecil masih cenderung mempertahankan desain tradisional dan menghadapi keterbatasan informasi mengenai tren pasar. Temuan dari staf pengembangan desain, pemrosesan dan pemasaran memperkuat kondisi tersebut. Keterbatasan kelompok kecil-menengah terutama berkaitan dengan pengetahuan desain, akses terhadap informasi tren pasar, teknologi, pengalaman pengembangan produk, dan kemampuan melakukan riset pasar. Namun, penelitian ini tidak memaknai penggunaan motif tradisional sebagai persoalan yang harus dihilangkan. Sebaliknya, identitas budaya Sikka merupakan sumber nilai yang perlu dipertahankan. Tantangannya adalah bagaimana identitas tersebut dikembangkan menjadi produk yang

memiliki market relevance. Kelompok besar dapat berperan dalam proses tersebut melalui mentoring desain, berbagi pengalaman mengenai motif dan warna, pengembangan produk turunan, serta pemberian informasi mengenai kebutuhan dan tren pasar.

Gambar 3. Mekanisme Inovasi Produk Berbasis Identitas Budaya



Gambar 3. Mekanisme Inovasi Produk Berbasis Identitas Budaya
Sumber: Peneliti (2026)

Model tersebut menunjukkan bahwa inovasi tidak berarti meninggalkan tradisi. Tradisi menjadi fondasi diferensiasi, sedangkan inovasi menjadi mekanisme adaptasi terhadap pasar. Dengan demikian, peran kelompok besar bukan menggantikan kreativitas kelompok kecil-menengah, tetapi meningkatkan kemampuan kelompok tersebut untuk melakukan eksplorasi dan adaptasi produk secara mandiri.

4. Peran dalam Peningkatan Kualitas dan Standardisasi Produk

Kualitas merupakan titik penghubung antara kemampuan produksi dan kemampuan memasuki pasar yang lebih luas. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa kelompok besar memiliki standar kualitas yang lebih terkontrol, terutama pada bahan, proses pengerjaan, kerapian, pewarnaan, dan finishing. Sebaliknya, kualitas pada kelompok kecil-menengah belum selalu konsisten antarproduk maupun antaranggota. Staf teknis juga mengidentifikasi perbedaan keterampilan, belum seragamnya standar operasional, serta keterbatasan pengawasan sebagai hambatan utama kelompok kecil-menengah dalam memenuhi standar kualitas. Karena itu, kelompok besar dapat berfungsi sebagai *quality partner*, bukan sekadar sebagai pemberi pelatihan. Mekanisme yang dibuat berdasarkan hasil FGD adalah:

Standar kualitas → pelatihan → pemeriksaan → identifikasi kesalahan → perbaikan → evaluasi.

Tabel 4. Mekanisme Quality Control Kolaboratif

Tahap	Aktivitas	Peran Kelompok Besar	Peran Kelompok Kecil-Menengah
1	Menentukan standar	Berbagi pengalaman	Memahami standar
2	Pelatihan	Menjadi mentor	Mengikuti pelatihan
3	Pemeriksaan	Memberikan umpan balik	Melakukan pemeriksaan
4	Identifikasi kesalahan	Membantu diagnosis	Mengidentifikasi kekurangan
5	Perbaikan	Mendampingi	Memperbaiki produk
6	Evaluasi	Memberikan penilaian	Mempertahankan standar

Sumber: Peneliti (2026)

Pendekatan ini penting karena peningkatan kualitas akan menjadi lebih berkelanjutan apabila kelompok kecil-menengah mampu melakukan *quality control* secara mandiri, bukan terus-menerus bergantung pada kelompok besar.

5. Peran dalam Membuka Akses Pasar dan Digital Marketing

Akses pasar merupakan kesenjangan kedua yang mendapat prioritas tinggi dalam FGD. Produk kelompok kecil-menengah sebenarnya telah tersedia, tetapi jangkauan pasar masih terbatas. Kelompok besar memiliki pengalaman dan jaringan yang dapat menjadi pintu masuk menuju pasar yang lebih luas. Kelompok kecil menyatakan bahwa pemasaran masih banyak mengandalkan jaringan lokal, pelanggan sekitar, dan penjualan langsung, sedangkan penggunaan kanal digital belum optimal. Hambatan lainnya adalah keterbatasan jaringan *buyer*, promosi, kemampuan digital marketing, kualitas, dan kapasitas produksi. Kelompok menengah menunjukkan persoalan serupa. Jangkauan pemasaran relatif terbatas dan masih banyak bergantung pada pelanggan yang telah dikenal. Pameran bersama dan pemanfaatan jaringan kelompok besar dipandang sebagai peluang untuk memperluas pasar. Sementara itu, kelompok besar memiliki jaringan pelanggan, reseller, toko, pameran, media digital, dan jaringan usaha lainnya. Hal tersebut memperlihatkan bahwa *market access* merupakan aset yang terdistribusi tidak merata dalam ekosistem tenun ikat.



Gambar 4. Kelompok Besar Sebagai Market Bridge
Sumber: Peneliti (2026)

Dalam mekanisme tersebut, kelompok besar tidak harus mengambil alih aktivitas pemasaran kelompok kecil-menengah. Peran yang lebih strategis adalah membuka akses, mentransfer pengetahuan, memperkenalkan *buyer*, dan membantu kelompok kecil-menengah membangun kapasitas pemasaran sendiri. Digital marketing menjadi instrumen tambahan yang penting. FGD mengidentifikasi kebutuhan pelatihan mengenai pembuatan konten, fotografi produk, media sosial, WhatsApp Business, marketplace, dan strategi pemasaran digital. Dengan demikian, digitalisasi tidak dipahami sekadar sebagai penggunaan media sosial, tetapi sebagai kapabilitas pemasaran baru yang meliputi produksi konten, komunikasi konsumen, pengelolaan kanal digital, dan strategi promosi.

6. Bentuk Hubungan dari Pendampingan Menuju Kemitraan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa hubungan antara kelompok besar dan kelompok kecil-menengah saat ini lebih banyak berada pada bentuk pendampingan, berbagi pengalaman, pelatihan, dan transfer pengetahuan. Namun, hubungan tersebut memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi kemitraan yang lebih terstruktur melalui produksi bersama, pemasaran bersama, dan akses pasar.

Kelompok menengah juga memandang hubungan ideal sebagai kemitraan yang lebih terstruktur, sedangkan kelompok kecil menekankan pentingnya kejelasan pembagian pekerjaan, harga, kualitas, pembayaran, dan posisi masing-masing kelompok dalam kerja sama.

Hal tersebut menunjukkan adanya evolusi hubungan kolaboratif:



Gambar 5. Bentuk Hubungan
Sumber: Peneliti (2026)

Dengan demikian, pemberdayaan dalam penelitian ini tidak berhenti pada peningkatan kapasitas individual. Tujuan akhirnya adalah membangun hubungan ekonomi yang saling menguntungkan.

C. Model Kolaborasi yang Efektif dan Berkelanjutan

1. Tahapan Penyusunan Model

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model tersebut tidak dapat dibangun hanya berdasarkan perspektif kelompok besar. Model harus merupakan sintesis antara kebutuhan kelompok kecil-menengah, kapasitas kelompok besar, dukungan pemerintah, kontribusi perguruan tinggi, serta kesepakatan FGD.



Gambar 6. Proses FGD
Sumber: Peneliti (2026)

FGD menghasilkan struktur model yang terdiri atas enam tahapan: pemetaan capacity gap; penetapan kelompok mitra dan mentor; transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas; praktik dan kolaborasi produksi; penguatan pemasaran dan akses pasar; serta monitoring, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan.

Tahap 1 Pemetaan *Capacity Gap*

Tahap pertama merupakan fondasi model. Kelompok kecil-menengah tidak memiliki kebutuhan yang identik sehingga intervensi tidak dapat menggunakan pendekatan yang seragam.



Gambar 7. *Capacity Gap*
Sumber: Peneliti (2026)

Tahap 2 Penetapan Mentor dan Kelompok Mitra

Setelah kebutuhan dipetakan, kelompok besar ditentukan berdasarkan kompetensi yang relevan dengan kebutuhan kelompok kecil-menengah. Artinya, tidak semua kelompok besar harus menjadi mentor untuk seluruh aspek.



Gambar 8. Penetapan Mentor dan Kelompok Mitra
Sumber: Peneliti (2026)

Pendekatan ini memungkinkan model menjadi **needs-based**, bukan sekadar *program-based*.

Tahap 3 Transfer Pengetahuan dan Peningkatan Kapasitas

Pada tahap ini dilakukan pelatihan dan mentoring mengenai produksi, kualitas, desain, manajemen, branding, dan digital marketing. FGD secara eksplisit menempatkan pelatihan dan mentoring sebagai instrumen utama peningkatan kapasitas.



Gambar 9. Transfer Pengetahuan dan Peningkatan Kapasitas
Sumber: Peneliti (2026)

Tahap 4 Praktik dan Kolaborasi Produksi

Setelah kelompok memperoleh kapasitas dasar, hasil pembelajaran diterapkan melalui praktik bersama. Pada tahap ini dapat dikembangkan sistem pembagian pekerjaan apabila kelompok besar memperoleh pesanan dalam jumlah besar.



Gambar 10. Mekanisme Produksi Bersama
Sumber: Peneliti (2026)

Model ini menghasilkan manfaat dua arah. Kelompok besar memperoleh tambahan kapasitas produksi, sedangkan kelompok kecil-menengah memperoleh pengalaman produksi, pendapatan, pembelajaran, dan akses terhadap standar pasar.

Tahap 5 Penguatan Pemasaran dan Akses Pasar

Tahap kelima diarahkan pada pemasaran bersama, pameran bersama, katalog bersama, reseller, buyer, dan mitra usaha. Pada tahap ini kelompok kecil-menengah tidak lagi hanya menjadi penerima pelatihan, tetapi mulai masuk ke dalam jaringan pasar. Dengan demikian, kapasitas yang telah dibangun harus diuji melalui pasar. Jika produk berhasil diterima pasar, pengalaman tersebut menjadi pembelajaran baru yang dapat digunakan untuk memperbaiki desain, kualitas, produksi, dan pemasaran.



Gambar 11. Fokus Penguatan
Sumber: Peneliti (2026)

Tahap 6 Monitoring, Evaluasi, dan Pengembangan Berkelanjutan

Tahap terakhir berfungsi sebagai mekanisme pengendalian model. Evaluasi tidak hanya mengukur jumlah kegiatan, tetapi perubahan yang terjadi pada kelompok. Indikator yang dapat digunakan meliputi:

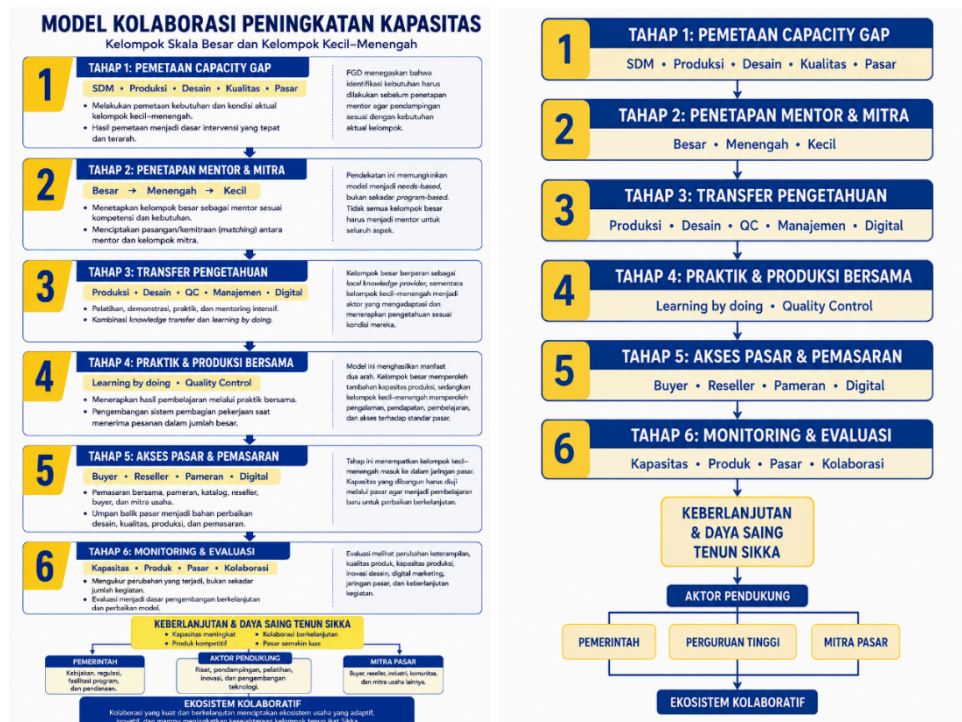
Dimensi	Indikator Perubahan
SDM	Peningkatan keterampilan anggota
Produksi	Peningkatan kapasitas dan efisiensi
Kualitas	Konsistensi produk
Desain	Munculnya desain/produk baru
Digital	Kemampuan mengelola kanal digital
Pasar	Penambahan buyer/reseller
Kolaborasi	Frekuensi dan kualitas kerja sama
Keberlanjutan	Kolaborasi tetap berjalan setelah program

Gambar 12. Dimensi dan Indikator Perubahan
Sumber: Peneliti (2026)

Dinas juga menekankan bahwa evaluasi perlu melihat perubahan keterampilan, kualitas produk, kapasitas produksi, inovasi desain, digital marketing, jaringan pasar, dan keberlanjutan kegiatan.

Model Kolaborasi Antar-Skala yang Dihasilkan

Berdasarkan integrasi seluruh temuan, model penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.



Gambar 13. Model Kolaborasi Antar-Skala Kelompok Tenun Ikat Sikka
Sumber: Peneliti (2026)

2. Pembagian Peran Antaraktor dalam Model

Model yang dihasilkan juga menunjukkan bahwa keberhasilan kolaborasi tidak dapat dibebankan kepada kelompok besar saja. FGD menghasilkan pembagian peran yang relatif jelas antara kelompok besar, kelompok menengah/kecil, pemerintah, dan perguruan tinggi.

Tabel 5. Pembagian Peran Antaraktor

Aktor	Peran Utama
Kelompok besar	Mentor, sumber pengetahuan, quality partner, penggerak inovasi, market bridge
Kelompok menengah	Penerima dan pelaksana capacity building; calon bridge actor
Kelompok kecil	Penerima, peserta aktif, dan penerap hasil pendampingan
Pemerintah	Fasilitator program, kebijakan, pembiayaan, pameran, promosi, jejaring
Perguruan tinggi	Pendamping, inovator, penyedia pengetahuan, evaluator
Buyer/reseller	Pengguna/pasar, pemberi umpan balik, mitra transaksi

Sumber: Peneliti (2026)

Pembagian tersebut memperlihatkan karakter multi-actor collaboration. Kelompok besar menyediakan pengalaman dan pengetahuan; kelompok kecil-menengah menyediakan proses produksi dan pengetahuan lokal; pemerintah menyediakan dukungan kelembagaan; perguruan tinggi menyediakan pengetahuan dan inovasi; sedangkan buyer memberikan sinyal pasar.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kesenjangan kapasitas kelompok tenun ikat di Kabupaten Sikka merupakan persoalan yang bersifat multidimensional dan tidak dapat diselesaikan hanya melalui peningkatan modal atau pelatihan teknis. Kesenjangan terutama terlihat pada SDM dan keterampilan, akses pasar, digital marketing, kualitas dan standardisasi, pengembangan desain, produksi, serta manajemen usaha.

Dalam situasi tersebut, kelompok tenun skala besar memiliki posisi strategis karena menguasai sumber daya yang relatif lebih kuat berupa pengalaman, pengetahuan praktis, kemampuan produksi, pengalaman pengembangan desain, praktik pengendalian kualitas, dan

jaringan pasar. Kapasitas tersebut dapat dikonversi menjadi sumber daya pemberdayaan melalui mentoring, transfer pengetahuan, pendampingan desain, quality control, produksi bersama, pemasaran bersama, dan pembukaan akses pasar.

Pada saat yang sama, kelompok kecil dan menengah tidak diposisikan semata-mata sebagai penerima manfaat. Mereka merupakan aktor aktif yang harus menerapkan pengetahuan, meningkatkan kualitas, mengembangkan produk, memperluas pemasaran, dan secara bertahap meningkatkan kemandirian usaha. Kelompok menengah bahkan memiliki potensi berkembang menjadi bridge actor yang menghubungkan kelompok besar dengan kelompok kecil.

Berdasarkan integrasi hasil tersebut, penelitian menghasilkan model kolaborasi enam tahap: (1) pemetaan capacity gap, (2) penetapan kelompok mitra dan mentor, (3) transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas, (4) praktik dan kolaborasi produksi, (5) penguatan pemasaran dan akses pasar, serta (6) monitoring, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan.

Model tersebut diperkuat oleh pemerintah dan perguruan tinggi sebagai aktor pendukung. Pemerintah berfungsi sebagai fasilitator kebijakan, program, pembiayaan, promosi, jejaring dan monitoring, sedangkan perguruan tinggi berperan dalam penyediaan pengetahuan, inovasi, pendampingan, riset pasar, dan evaluasi.

Dengan demikian, inti temuan penelitian bukan hanya bahwa kelompok besar memiliki kapasitas lebih tinggi daripada kelompok kecil-menengah, tetapi bahwa perbedaan kapasitas tersebut dapat diubah menjadi sumber daya kolaboratif melalui mekanisme transfer pengetahuan, mentoring, produksi bersama, dan akses pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok tenun ikat skala besar memiliki peran strategis dalam menjembatani kesenjangan kapasitas kelompok kecil dan menengah di Kabupaten Sikka. Kesenjangan tersebut terutama terlihat pada kapasitas sumber daya manusia, pengembangan produk dan desain, kualitas dan standardisasi, manajemen usaha, digital marketing, serta akses pasar. Kelompok skala besar memiliki pengalaman, pengetahuan praktis, kemampuan produksi, pengembangan desain, pengendalian kualitas, dan jaringan pasar yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber daya pemberdayaan. Peran tersebut diwujudkan melalui transfer pengetahuan, mentoring, pendampingan kualitas dan desain, kolaborasi produksi, serta pembukaan akses pasar. Berdasarkan temuan penelitian, dirumuskan model kolaborasi antar-skala yang terdiri atas enam tahapan, yaitu pemetaan *capacity gap*, penetapan mentor dan kelompok mitra, transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas, praktik dan kolaborasi produksi, penguatan pemasaran dan akses pasar, serta monitoring, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan. Model ini menempatkan kelompok besar sebagai **local capacity builder** yang didukung oleh pemerintah dan perguruan tinggi untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan industri tenun ikat Sikka.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan informan dan konteks penelitian yang berfokus pada kelompok tenun ikat di Kabupaten Sikka. Selain itu, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif sehingga temuan lebih diarahkan pada pemahaman mendalam terhadap peran dan mekanisme kolaborasi, bukan pada pengukuran pengaruh secara kuantitatif. Penelitian juga belum mengamati keberlanjutan penerapan model kolaborasi dalam periode jangka panjang. Oleh karena itu, hasil penelitian perlu dipahami sesuai dengan konteks dan ruang lingkup penelitian..

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan melakukan pengujian dan penerapan model kolaborasi yang dihasilkan pada cakupan kelompok yang lebih luas serta dalam periode yang lebih panjang. Penelitian lanjutan juga dapat mengembangkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur perubahan kapasitas SDM, kualitas produk, akses pasar, digital marketing, dan daya saing setelah penerapan model kolaborasi. Dengan demikian, model yang telah dirumuskan dapat diuji efektivitas dan keberlanjutannya dalam pengembangan industri tenun ikat berbasis ekonomi kreatif.

Kontribusi Author

Seluruh Peneliti berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel, meliputi konseptualisasi penelitian, penyusunan metodologi, pengumpulan data, analisis dan interpretasi data, penyusunan naskah, revisi artikel, serta persetujuan terhadap versi akhir naskah untuk dipublikasikan.

Acknowledgment (Optional)

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia (Kemdiktisaintek) atas dukungan dan pendanaan yang diberikan melalui skema Penelitian Dosen Pemula (PDP) Tahun Anggaran 2026, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Maumere, Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Sikka, kelompok tenun ikat skala besar, kelompok tenun ikat skala kecil dan menengah, serta seluruh informan yang telah memberikan dukungan, informasi, dan berpartisipasi dalam pelaksanaan penelitian ini.

REFERENSI

- Barus, D. A. B., Obon, W., Kartini, R., Goit, M. D., & Ahmad, N. (2023a). Penguatan Kapasitas Penenun Kain Tenun Ikat di Desa Manubura Kabupaten Sikka Melalui Pelatihan dan Pendampingan Branding Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(8), 1413–1416. <https://doi.org/10.59837/JPMBA.V1I8.372>
- Barus, D. A. B., Obon, W., Kartini, R., Goit, M. D., & Ahmad, N. (2023b). Penguatan Kapasitas Penenun Kain Tenun Ikat di Desa Manubura Kabupaten Sikka Melalui Pelatihan dan Pendampingan Branding Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(8), 1413–1416. <https://doi.org/10.59837/JPMBA.V1I8.372>
- Caratri, E. (2024). *Perkembangan Sektor UMKM di Nusa Tenggara Timur: Tantangan dan Potensi* - Berita Daerah. Berita Daerah.Co.Id. <https://www.beritadaerah.co.id/index.php/2024/09/15/perkembangan-sektor-umkm-di-nusa-tenggara-timur-tantangan-dan-potensi/>
- Chotimah, N. (2022). Peran Perempuan Pengerajin Tenun Ikat Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Desa Kajowair. *FIRM Journal of Management Studies*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.33021/firm.v7i1.1569>
- Chotimah, N., Abd, N. H., Suriyani, A., & Elenprino, A. (2024). Perancangan Strategi Industri Kreatif Tenun Ikat Sikka yang Berkelanjutan dengan Analisis Triple Layer Business Model Canvas di Sentra Jata Kapa. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(6), 3174. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i6>
- Chotimah, N., Edita, R., & Syahrin, M. (2021). Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat Sikka. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK Dan BI)*, 4(2), 582–588.
- Dentis, Y. (2024). The Art of Ikat Weaving, Women, and the Transformation of Changes in Community's Socio-Cultural Life Sikka Maumere Flores NTT (Historical, Social, and

- Cultural Studies). *HISTORIA: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah*, 12(1), 285. <https://doi.org/10.24127/hj.v12i1.8887>
- Eni, P., Puji Astuti, A., Furqon Alfaridzhi, M., Panorama, M., Raden Fatah Palembang, U., & Selatan, S. (2022). Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Pada Kawasan Urban di Kota Palembang. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 265–276. <https://doi.org/10.54443/SINOMIKA.V1I3.258>
- Femilia, M., & Udi, W. M. (2019). *Peran Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Pengrajin Tenun (Studi Kasus: di Kabupaten Sikka Provinsi NTT)*. Universitas Gajah Mada.
- Fina, Y., & Nayheli, A. (2023). Dampak sosial ekonomi program pemberdayaan kelompok Tenun Ikat Sinar Noetnana. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 404–408.
- Koten, L. D. E., Safitri, R., & Wulandari, M. P. (2021). Hermeneutics of Ikat Weaving (Utan) Lian Lipa from Sikka Regency, East Nusa Tenggara (NTT). *International Journal of Science and Society*, 3(3), 107–118. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v3i3.358>
- Lionisius Epo, A., & Maulina, R. (2024). *Analysis Of Form And Meaning Of The Ikat Weaving Motifs Dala Mawarani, Sikka District, Flores, East Nusa Tenggara*. 2024. <https://sikkakab.go.id/sikkakab/kelan/images/administrasi-sikka-a1-1.jpg>
- Mahrinasari, M. S., Bangsawan, S., & Sabri, M. F. (2024). Local wisdom and Government's role in strengthening the sustainable competitive advantage of creative industries. *Heliyon*, 10(10), e31133. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31133>
- Marlini, S., Murniasih, A. A. A., & Kaler, I. K. (2020). Peranan Sanggar Watu Bo dalam Produksi Tenun Ikat Tradisional Desa Kajowair. *Humanis*, 24(3), 314. <https://doi.org/10.24843/JH.2020.v24.i03.p11>
- Natalia, C., Cicilia A. Tungga, & Nikson Tameno. (2024). Eksistensi Inklusi Keuangan Dalam Perkembangan UMKM Tenun Ikat, Kecamatan Nita, Kabupaten Sikka. *Moneter : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2(2), 304–315. <https://doi.org/10.61132/moneter.v2i2.496>
- Pamela, D. A. (2023). Mengembalikan Pewarnaan Alami Tenun Ikat Sikka NTT di Tengah Gerusan Zaman - Lifestyle Liputan6.com. Liputan6. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5204406/mengembalikan-pewarnaan-alami-tenu-n-ikat-sikka-ntt-di-tengah-gerusan-zaman?>
- Perbup Sikka. (2023). *Peraturan Bupati Sikka Nomor 5 Tahun 2023 Tentang Rencana Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Sikka Tahun 2024*.
- Popi, P. (2024). *Pelatihan Tenun Ikat Dukung Pengembangan Pariwisata di Sikka - Ekorantt.com*. Ekorantt. <https://ekorantt.com/2024/08/14/pelatihan-tenun-ikat-dukung-pengembangan-pariwisata-di-sikka/>
- Rindekraf. (2019). *Rindekraf, Langkah Konkret Pemerintah Kembangkan Ekonomi Kreatif - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/925/rindekraf-langkah-konkret-pemerintah-kembangkan-ekonomi-kreatif>
- RPJPN, 1 (2025). https://wplibrary.co.id/sites/default/files/UU_RPJPN-2025-2045_P20AUG_2024.pdf
- Siagian, N. A., Solfema, S., & Putri, L. D. (2025). Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(8), 1581–1587. <https://doi.org/10.59837/JPNMB.V1I8.303>
- Sina, I. Y. N., & Tefa, G. (2019). Kinerja Aparatur Dinas Perdagangan Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Dalam Pelestarian Tenun Ikat Di Kabupaten Sikka Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal MSDA*, 7(1), 1–15.

- Suriyani, A., & Saleh, S. (2023). Program Inovasi Bina Manusia Dalam Pemberdayaan Kelompok Penenun Di Sentra Tenun Ikat Jata Kapa Kabupaten Sikka Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 288–297.
- Suriyani, A., Saleh, S., & Akhmad, A. (2023). Capacity Building Empowerment of Weaver Groups Through Weaving Business Innovation at the Ikat Jata Kapa Weaving Center in Sikka Regency, East Nusa Tenggara Province, Indonesia, Indonesia. *European Journal of Development Studies*, 3(2), 59–68. <https://doi.org/10.24018/ejdevelop.2023.3.2.239>
- Telagawathi, N. L. W. S., Suci, N. M., & Yulianthini, N. N. (2021). *Development of a Model for Empowering Women Craftsmen Through a Partnership Pattern in Buleleng Regency, Bali*. 1–5. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211124.040>
- Tibo, M. W. G. (2023). *Identifikasi Ekonomi Kreatif dan Tindak Lanjut di Kabupaten Sikka*. KatongNTT.Com. <https://katongntt.com/identifikasi-ekonomi-kreatif-dan-tindak-lanjut-di-kabupaten-sikka/>
- Tuthaes, L. C., Toda, H., & Lake, P. (2024). Hexa Helix's Collaboration in Creative Economy Development Based on Local Wisdom: Case Study of Ikat Weaving MSMEs in Kupang City. *Jurnal Bina Praja*, 16(1), 171–185. <https://doi.org/10.21787/jbp.16.2024.171-185>