

Analisis SWOT Sebagai Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Destinasi Pariwisata Batik Kota Pekalongan

Wenti Ayu Sunarjo*), Amalia Ilmiani), Arum Ardianingsih**)**

***) Program Studi Teknologi Batik Universitas Pekalongan**

****) Program Studi Akuntansi Universitas Pekalongan**

Email: wentyaa@yahoo.com, am3lhardjo@gmail.com, arumbundavina@gmail.com

ABSTRACT

Creative economy that is very synonymous with creative industry activities, at the moment is considered capable of making a very significant contribution to the regional economy. Creative economy is essentially focused on industries that create goods and services that rely on expertise, talent and creativity as sustainable intellectual property. Micro, Small and Medium Enterprises (MSME's) are one of the business sectors that can develop and be consistent in the national economy. MSME's have always been a good place for the creation of productive employment.

The purpose of this research was to formulate a SWOT analysis (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) on the development of creative economy as a step in developing creative economy-based Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Pekalongan City through applicable development strategies, while the objectives of the research These are MSMEs that are spread in Pekalongan City which have a carrying capacity for Pekalongan City batik tourism.

The level of technological readiness in this research is at the basic research stage with its output target is to obtain data from observations and interviews with informants through questionnaires related to efforts made by creative economy-based MSMEs to drive batik tourism destinations in Pekalongan which become the leading sectors of Pekalongan City. Data analysis using descriptive analysis techniques with SWOT analysis (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) to create a strategy for the development of creative economy-based MSMEs as a driver of tourism destinations in Pekalongan City.

Keywords: MSMEs, Creative Economy, Batik Tourism, SWOT Analysis.

PENDAHULUAN

Era persaingan global selalu menuntut setiap daerah untuk mampu menghasilkan output secara efisien, agar tetap dapat bertahan pada eksistensi unggulannya. Output yang efisiensi tersebut akan memicu timbulnya pemikiran kreatif serta pada akhirnya dapat memunculkan ide-ide kreatif dan inovatif. Ekonomi kreatif yang sangat identik dengan industri kreatif, pada saat ini dianggap mampu memberikan kontribusi yang sangat signifikan bagi perekonomian daerah.

Ekonomi kreatif pada intinya berfokus pada penciptaan barang dan

jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual yang berkelanjutan. Berdasarkan hal tersebut, faktor manusia menjadi sangat berperan penting dan menjadi modal utama pada tiap aktivitas ekonomi yang menghasilkan sebuah industri baru di mana akan menjadi kekuatan utama dari sebuah industri kreatif.

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM selalu menjadi wadah yang baik bagi

penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana.

Pengembangan industri di Kota Pekalongan lebih terfokus pada bidang industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi bisnis Kota Pekalongan yang memerlukan strategi sangat baik agar mampu menggerakkan destinasi wisata batik Kota Pekalongan sesuai dengan harapan bersama. Dalam pengembangan tersebut semua pemilik industri tidak mampu berjalan dan membangun industrinya sendiri, akan tetapi mereka memerlukan peran dari berbagai elemen untuk bisa mencapai tujuan yang diinginkan.

Wisata batik yang selama ini menjadi tumpuan perekonomian masyarakat Kota Pekalongan mulai dilirik banyak daerah untuk bersaing mengembangkan wisata batik dengan melihat peluang keuntungan yang tinggi. Namun demikian industri kreatif bidang batik Pekalongan prospeknya masih menjanjikan jika dibandingkan industri kreatif batik di beberapa daerah yang lain. Kota Pekalongan berkembang menjadi pusat industri kreatif batik terbesar di Jawa. Dari data Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Pekalongan menunjukkan, jumlah UMKM bidang batik saat ini sebanyak 1.081 unit dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 12.937 orang. Terdapat empat sentra batik di Pekalongan, yaitu Kampung Batik Pesindon,

Kauman, Jenggot dan Pasir Sari yang menjadi bagian terbesar dalam pemasaran produk industri kreatif batik secara langsung. Produk industri kreatif batik yang dihasilkan berupa kainbatik, sarung, pakaian, tas, perlengkapan sholat, cangkir, asesoris dan *home decoration*. Nilai ekspor produk industri kreatif batik Kota Pekalongan mencapai USD 427 ribu tahun 2015. Hal ini yang menjadikan perekonomian Kota Pekalongan semakin baik.

Pada tanggal 1 Desember 2014 Kota Pekalongan dinobatkan oleh UNESCO sebagai “Kota Kreatif Dunia” untuk kategori Kerajinan dan Kesenian Rakyat. Seperti yang dilansir dari Indonesia. Travel (dalam mahaprabu.com, 5/12/2015), Dengan menjadi anggota baru Jaringan Kota Kreatif setiap tahunnya wajib memberikan laporan tahunan kepada UNESCO, terkait dengan kemajuan yang dibuat terkait implementasi kebijakan dan kegiatan, baik yang bersifat lokal maupun internasional dan kerja sama dengan kota-kota lainnya. Jika sampai tidak memenuhi syarat atau dipandang tidak memenuhi komitmen, maka status keanggotaannya pun bisa dicabut (Lutfi dalam Teknopreneur.com, 15/12/2014). Mempertahankan predikat Kota Kreatif tersebut tidaklah mudah, terlebih banyak permasalahan yang dihadapi oleh industri batik Pekalongan diantaranya adalah masuknya batik Cina ke pasar Indonesia khususnya Kota Pekalongan.

Dalam persaingan bisnis, tiap perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan dari perusahaan itu sendiri. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam

mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman. Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing dengan cara mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal perusahaan. Pengembangan strategi bersaing ini bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan dimana hal itu sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada.

Dengan demikian untuk dapat memasuki pasar global daya beli masyarakat bisa tumbuh, jumlah pengangguran bisa berkurang. Maka pemerintah harus lebih membenahi pembinaan, pelatihan, pendampingan dan evaluasi serta tindak lanjut terhadap pelaku UMKM kita, sudah sepatutnya menjadi skala prioritas. Keterbatasan pengetahuan, sedikit banyak akan berpengaruh pada kemampuan mereka untuk melakukan inovasi. Baik inovasi untuk menciptakan produk baru, inovasi pada proses produksi, juga inovasi dalam hal menjangkau konsumen.

Rangkaian inovasi tersebut menjadi salah satu munculnya ekonomi kreatif pada UMKM, di salah satu sisi dilatarbelakangi oleh keberadaan pelanggan yang semakin cerdas dengan variasi kebutuhannya yang berubah dengan cepat dan berkembang menjadi sangat kompleks, sedangkan disisi lain dilatarbelakangi oleh berbagai

keterbatasan ekonomi informasi yang hanya mengandalkan kemajuan dan penerapan IPTEK, khususnya teknologi informasi dan komunikasi. Namun dalam kenyataannya informasi tanpa dikemas sedemikian rupa dengan memadukan unsur kreativitas dan inovasi tidak akan memiliki nilai apa-apa. Itulah sebabnya dalam ekonomi kreatif memberikan fokus yang lebih besar pada penciptaan barang dan jasa dengan kandungan pengetahuan dan keahlian, serta bakat dan kreasi yang lebih dominan (Moelyono, 2010:100).

Melalui penelitian ini maka akan teridentifikasi permasalahan yang terjadi pada dunia UMKM dalam pengembangannya sehingga dapat muncul data dan akan disesuaikan dengan hasil kuesioner serta hasil wawancara maupun diskusi untuk menjawab tujuan penelitian yaitu merumuskan analisis SWOT yang akan muncul strategi dalam pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Pekalongan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menyampaikan secara terperinci, mencakup garis besar pendekatan penelitian, metode dan prosedur pengumpulan data, analisis dan induksi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan penelitian.

Alasan menetapkan UMKM di Kota Pekalongan sebagai obyek penelitian karena UMKM menjadi salah satu kontribusi terbesar di Kota Pekalongan khususnya sebagai penggerak pariwisata Kota Pekalongan yaitu pariwisata batik yang merupakan salah satu sektor

unggulan Kota Pekalongan sehingga diharapkan dapat menjai pilar ekonomi Kota Pekalongan.

Analisis yang dilakukan dari awal hingga akhir penelitian berupa narasi narasi kualitatif yang di peroleh dari kuesioner/angket dan wawancara, kemudian di deskripsikan. Dari data yang tersedia, peneliti menganalisis dan menginterpretasikan sesuai dengan kepentingan peneliti. Data yang di peroleh akan di kelompokkan ke dalam kategori tema dan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Dengan demikian diharapkan dapat memberikan data berupa analisis SWOT merumuskan analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) perkembangan ekonomi kreatif sebagai langkah dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kota Pekalongan melalui strategi-strategi pengembagn yang dapat diterapkan sebagai langkah menuju ekonomi kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Masyarakat Kota Pekalongan

Pekalongan merupakan salah satu kota pusat pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah yang berbatasan dengan Laut Jawa di utara, Kabupaten Batang di timur, serta Kabupaten Pekalongan di sebelah selatan dan barat.

Kota yang terletak di jalur Pantura yang menghubungkan Jakarta-Semarang-Surabaya. Pekalongan berjarak 101 km sebelah barat Semarang, atau 384 km sebelah timur Jakarta. Pekalongan dikenal

dengan julukan *kota batik*, karena batik Pekalongan memiliki corak yang khas dan variatif. Kota Pekalongan masuk jaringan kota kreatif UNESCO dalam kategori crafts & folk art pada Desember 2014 dan memiliki *city branding World's city of Batik*.

Karena letaknya sangat strategis yaitu di antara Jakarta dan Surabaya, perekonomian Kota Pekalongan cukup maju di antara kota-kota lain di Jawa Tengah yaitu dalam bidang industri, perikanan dan properti.

Masyarakat Pekalongan merupakan masyarakat pesisir yang memiliki kharakteristik sebagai berikut;

1. Memiliki identitas yang khas,
2. Memiliki kharakter keras, tegas dan terbuka,
3. Cepat menerima perubahan,
4. Kompetitif dan prestise,
5. Memiliki keragaman dalam tingkat dan perilaku ekonomi.

b. Data Responden indutri kreatif Pendukung Pariwisata Batik Kota Pekalongan

Data penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi serta wawancara secara langsung dengan responden UMKM pelaku industri kreatif Kota Pekalongan. Kuesioner yang telah diisi oleh responden sebanyak 25 buah dari sekitar 40 kuesioner yang berusaha disebar. Hal ini karena adanya keengganan dari pelaku UMKM Kreatif untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Kharakteristik responden UMKM Kreatif Kota Pekalongan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel I
Profil Responden
Respondent Profile

No.	Industri Kreatif	Jenis Usaha	Jumlah UMKM
1.	Desain	Industri Batik (tulisan, cap, kombinasi)	7
2.	Kerajinan	Industri Canting Cap (tembaga dan kayu)	4
3.	Fashion	Industri <i>Fashion</i> Batik	5
		Industri Souvenir Batik	2
		Industri Tas Batik	2
4.	Pasar Barang Seni	Industri Asesoris Perabot RT (sprei batik, Sarung bantal batik, dll)	3
		Industri <i>Packaging</i> Batik	2
Total Pengisi Kuesioner			25

Sumber : Data Primer Penelitian yang Diolah 2019

Dari jumlah UMKM yang mau berkontribusi mengisi angket/kuesioner dan hasil wawancara serta observasi secara langsung pada objek penelitian, maka selanjutnya akan ditarik hasil dan kesimpulan dari penelitian ini.

c. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari olah angket/kuesioner dan wawancara yang didapat bahwa rata-rata UMKM (industri kreatif) yang mendukung pariwisata batik di Kota Pekalongan tersaji pada Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) sebagai berikut :

a) Kekuatan :

1. Kualitas produk yang ditawarkan baik
2. Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen
3. Pengaruh lokasi yang strategis terhadap kelangsungan usaha yang baik
4. Pelayanan kepada konsumen yang maksimal
5. Fasilitas TI berupa website resmi Kota Pekalongan

sebagai wadah promosi dan pemasaran industri kreatif bidang batik

6. Terdapat Sekolah dan PT yang mendukung ilmu pengetahuan bidang batik bagi pelaku industri kreatif
7. Adanya sarana/tempat yang menjadi pusat aktivitas ekraf
8. Adanya *event*/kegiatan masyarakat yang dapat menjadi media/forum pengembangan ekraf.

b) Kelemahan

1. Tingkat harga produk *handmade* yang relatif tinggi
2. Ketatnya tingkat kompetisi
3. Resiko penurunan omset
4. Keterbatasan jumlah produk *handmade* yang tersedia di pasar
5. Keterbatasan jumlah karyawan yang berpendidikan tinggi
6. Kurangnya inovasi
7. Minimnya akses permodalan yang dimanfaatkan oleh UMKM

8. Kurangnya perluasan kerjasama antar UMKM sejenis dalam perluasan pasar.
9. Minimnya kesadaran kelembagaan dan HaKI

c) Peluang

1. Tingkat perkembangan ekraf yang menjanjikan
2. Dampak positif pemanfaatan Fasilitas TI berupa website resmi Kota Pekalongan sebagai wadah promosi dan pemasaran industri kreatif bidang batik
3. Dampak positif dimilikinya Sekolah dan PT yang mendukung ilmu pengetahuan bidang batik bagi pelaku industri kreatif
4. Dampak positif dimilikinya sarana/tempat yang menjadi pusat aktivitas ekraf
5. Dampak positif dari event/kegiatan masyarakat yang dapat menjadi media/forum pengembangan ekraf

6. Respon positif konsumen terhadap wisatabatik
7. Tingkat permintaan pasar yang tinggi
8. Terbuka peluang pemasaran yang sangat luas.

d) Ancaman

1. Tingkat persaingan harga yang tinggi
2. Munculnya produk tiruan batik dengan harga rendah
3. Resiko pekerja berpendidikan rendah
4. Tuntutan pasar dalam inovasi produk yang tinggi
5. Tingginya pertumbuhan UMKM batik diluar kota Pekalongan

Dari hasil SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) diatas, maka dapat dirumuskan “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif” dalam tabel Strategi SWOT sebagai berikut :

Tabel II
Tabel Strategi SWOT Ekonomi Kreatif
Table of Creative Economy SWOT Strategies

IFS	EFS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
		• Kualitas produk yang ditawarkan baik • Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen • Pengaruh lokasi yang strategis terhadap kelangsungan usaha yang baik • Pelayanan kepada konsumen yang maksimal • Fasilitas TI berupa website resmi Kota Pekalongan sebagai wadah promosi dan pemasaran industri kreatif bidang batik • Terdapat Sekolah dan PT yang mendukung ilmu pengetahuan bidang batik bagi pelaku industri kreatif • Terdapat sarana/tempat yang menjadi pusat aktivitas ekraf • Adanya <i>event/kegiatan</i> masyarakat yang dapat menjadi media/forum pengembangan	• Tingkat harga produk <i>handmade</i> yang relatif tinggi • Ketatnya tingkat kompetisi • Resiko penurunan omset • Keterbatasan jumlah produk <i>handmade</i> yang tersedia di pasar • Keterbatasan jumlah karyawan yang berpendidikan tinggi • Kurangnya inovasi • Kurangnya perluasan kerjasama antar UMKM sejenis dalam perluasan pasar • Minimnya akses permodalan yang dimanfaatkan oleh UMKM • Minimnya kesadaran terhadap pentingnya kelembagaan dan HaKI
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)	
• Tingkat perkembangan ekraf yang menjanjikan • Dampak positif pemanfaatan Fasilitas TI berupa website resmi Kota Pekalongan sebagai wadah promosi dan pemasaran industri kreatif bidang batik • Dampak positif dimilikinya Sekolah dan PT yang mendukung ilmu pengetahuan bidang batik bagi pelaku industri kreatif • Dampak positif dimilikinya sarana/tempat yang menjadi pusat aktivitas ekraf • Dampak positif dari <i>event/kegiatan</i>	• Memperbanyak varian produk industri kreatif bidang batik • Selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan • Memberikan jaminan kualitas terhadap produk yang ditawarkan • Menyuplai produk semaksimal mungkin • Meningkatkan jumlah <i>event/kegiatan</i> yang mempromosikan pariwisata batik • Mengoptimalkan fungsi sarana/tempat pusat kegiatan ekraf • Mengeksplor lagi wisata batik yang menjadi daya tarik wisatawan • Melakukan kerjasama dengan sekolah/perguruan	• Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan • Menonjolkan cirikhas produk industri kreatif • Terus berinovasi terhadap produk industri kreatif • Menggunakan media promosi, khususnya memanfaatkan TI melalui pemasaran <i>e-commerese</i> yang tepat untuk menarik minat pasar • Selalu memberikan strategi promosi dalam rangka peningkatan omset • Mengikuti pelatihan/workshop bagi karyawan industri kreatif yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi atau pemerintah daerah	

masyarakat yang dapat menjadi media/forum pengembangan ekraf • Respon positif konsumen terhadap wisata batik • Tingkat permintaan pasar yang tinggi • Terbuka peluang pemasaran yang sangat luas	tinggi dalam mempromosikan industri kreatif	• Menambah jumlah karyawan pada sektor yang mengalami kekurangan • <i>Update</i> dalam mengakses permodalan yang ditawarkan untuk UMKM • Meningkatkan kesadaran dan <i>action</i> terhadap HaKI
THREATS (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
• Tingkat persaingan harga yang tinggi • Munculnya produk tiruan batik dengan harga rendah • Resiko pekerja berpendidikan rendah • Tuntutan pasar dalam inovasi produk yang tinggi • Tingginya pertumbuhan industri kreatif yang mendukung pengembangan pariwisata batik diluar kota Pekalongan • Duplikasi produk yang belum terdaftar HaKI	• Memberikan training/masa uji coba pada karyawan baru • Melakukan seleksi terhadap penerimaan karyawan dengan pertimbangan yang matang • Mempunyai inovasi sehingga memiliki karakter dibanding industri kreatif lain • Memberikan keyakinan terhadap konsumen akan kualitas produk melalui strategi testimoni	• Menetapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan perusahaan • Mendaftarkan produk industri kreatif ke HaKI • Selalu berinovasi terhadap produk industri kreatif • Memberi tambahan syarat rekrutmen karyawan telah mengikuti uji kompetensi batik bagi karyawan dengan posisi khusus • Menonjolkan ciri khas produk industri kreatif yang selaras dengan identitas kota • Kesadaran akan pentingnya mendaftarkan HaKI bagi sebuah produk industri kreatif

Sumber : Data Penelitian yang Diolah 2019

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengembangan model ekonomi kreatif sebagai penggerak destinasi pariwisata batik Kota Pekalongan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengelola usaha industri kreatif masih memiliki ketergantungan terhadap kerjasama dengan pihak-pihak terkait. Ide-ide kreatif dan kebutuhan pasar perlu dirangkai dan dikaitkan untuk menciptakan nilai tambah. Perlunya penyesuaian terhadap lingkungan berupa peningkatan kualitas, inovasi dan disesuaikan

2. Faktor pendukung industri kreatif, para pelaku usaha masih terkendala dengan sumber daya insani, seperti kekurangan tenaga terampil yang kreatif dan produktif, sehingga mampu berinovasi terhadap hasil produk yang di produksi. Diperlukan peningkatan pelatihan bagi industri kreatif, serta mendapatkan sumber daya dari sekolah menengah atau perguruan tinggi yang menghasilkan lulusan bagi industri kreatif dengan harapan

mampu mengembangkan industri kreatif di Kota Pekalongan.

3. Perlu dukungan lebih terkait akses permodalan, perbankan, jasa keuangan, konsultasi dan perlindungan pemerintah terhadap hasil kreativitas, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi modern.
4. Sambutan positif dari masyarakat dan wisatawan domestik maupun mancanegara, yang mengenal Kota Pekalongan melalui *event* atau kegiatan yang dilakukan masyarakat Kota Pekalongan dengan dukungan pemerintah dan pihak terkait lain dalam mempromosikan pariwisata batik.
5. Diperlukan inovasi strategi pengembangan ekonomi kreatif yang tepat bagi Pemerintah Kota Pekalongan dalam memajukan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata batik.
6. Strategi pengembangan ekonomi kreatif yang ditawarkan dengan melibatkan semua pihak baik Pemerintah Kota Pekalongan, pihak perbankan, pihak investor dan terutama masyarakat di sekitar Kota Pekalongan dalam rangka menciptakan produk yang bersifat ekonomi kreatif.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Melalui alur pengembangan ekonomi kreatif diharapkan dapat dijadikan sebagai sebuah rujukan bagi Pemerintah Kota Pekalongan serta dapat menerapkannya sehingga mampu meningkatkan ekonomi kreatif

bagi masyarakat Kota Pekalongan khususnya terkait pariwisata batik yang menjadi salah satu sektor unggulan Kota Pekalongan.

2. Bagi masyarakat Kota Pekalongan diharapkan mampu meningkatkan kehidupan ekonominya melalui penciptaan produk-produk ekonomi kreatif.
3. Bagi investor dan perbankan hendaknya mampu memberikan perhatian berupa teknologi, modal usaha dan sumber daya lain bagi masyarakat/pelaku usaha ekonomi kreatif di Kota Pekalongan dalam rangka memajukan usahanya.
4. Saran kepada pemerintah kota Pekalongan khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan agar merancang dan melaksanakan program-program pengembangan UMKM yang terintegrasi dengan pendidikan serta mengarah kepada perkembangan dan pertumbuhan industri kreatif yang berdampak terhadap perekonomian masyarakat.
5. Diperlukan penguatan sinergitas antara berbagai aktor ekonomi kreatif yaitu pemerintah, akademisi/intelektual, komunitas kreatif dan pelaku bisnis dalam mendorong pengembangan ekonomi kreatif di Kota Pekalongan. Melalui tata kelola ekonomi kreatif yang terintegrasi antara berbagai aktor-aktor kebijakan, penerapan strategis dan rencana aksi yang tepat sasaran maka tujuan ekonomi kreatif sebagai lokomotif penggerak perekonomian Kota Pekalongan khususnya bagi

destinasi pariwisata batik dapat dicapai sesuai slogan Kota Pekalongan sebagai Kota Kreatif Dunia dan *The World City of Batik*.

6. Diperlukan penelitian lanjutan yang melibatkan berbagai aspek (Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah) agar mendapatkan hasil permodelan yang lebih lengkap karena didiskusikan dengan berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Freddy, Rangkuti. 2009. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia

Grewal & Levy. 2008. *Marketing*. New York: Mc.Graw Hill

Hamid, Edy Suandi & Susilo, Y. Sri. 2011. *Strategi Pengembangan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta*.

Miles, Matthew B dan Huberman, A Michael. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Ooi, Can-Seng. 2006. "Tourism and the Creative Economy in Singapore".

Situmorang, Janes. 2008. *Strategi UMKM Dalam Menghadapi Iklim Usaha yang Tidak Kondusif*.

Sriyana, Jaka. 2010. *Strategi Pengembangan UKM : Studi Kasus di Kabupaten Bantul*.

Suyaman, D. J. 2015. *Kewirausahaan dan Industri Kreatif*. Bandung: Alfabeta.

Usya, N. 2006. *Analisis Struktur Ekonomi dan Identifikasi Sektor Unggulan di Kabupaten Subang*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen. IPB. Bogor.

Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkas