

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/memodifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian meliputi data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

...Latar Belakang:

Secara makro sektor pariwisata menunjukkan pertumbuhan dan kontribusi yang semakin signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 4,23% atau senilai Rp. 461,36 triliun, menghasilkan devisa sebesar US\$ 11,9 milyar, dan menyerap tenaga kerja pariwisata sebanyak 12,16 juta orang (LAKIP Kemenpar 2016). Dengan potensi wisata sangat banyak dan beragam, sektor kepariwisataan Indonesia berpeluang menjadi sektor unggulan dengan pertumbuhan tercepat di dunia sebagaimana ditetapkan sebagai program prioritas pembangunan Kabinet Kerja 2015-2019 dalam “Nawa Cita” Presiden. Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu daerah memiliki kawasan wisata yang beragam. Salah satu kawasan pengembangan wisata yang disebutkan dalam RTRW Kabupaten Pekalongan tahun 2011-2031 adalah kawasan wisata Kabalong (Karanggondang, Limbangan, Lolong) di Kecamatan Karanganyar.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi memajukan UMKM di bidang pariwisata yang berbasis pada masyarakat dan potensi wilayah. Sesuai dengan tujuan penelitian, secara khusus penelitian ini bertujuan untuk memetakan potensi wilayah Kawasan wisata Kabalong, menyusun profil pengelolaan UMKM bidang pariwisata di kawasan wisata alam Kabalong, menyusun kisi-kisi strategi memajukan UMKM bidang pariwisata, menyusun blueprint strategi memajukan UMKM di bidang pariwisata serta mengembangkan alternatif strategi memajukan UMKM bidang pariwisata yang sesuai dengan sumberdaya wilayah yang terdokumentasi.

Hasil dan Pembahasan:

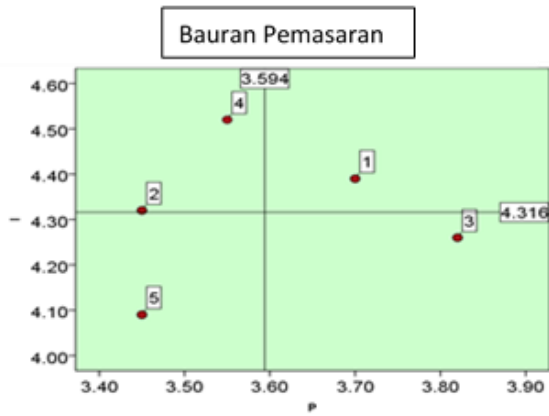
Profil UMKM dan Potensi Wilayah.

Wilayah Kabalong memiliki potensi alam dalam bentuk terutama dalam bentuk wisata alam, hutan durian, sungai Sekarang yang cocok untuk kegiatan rafting, sungai Wisnu yang dapat dikembangkan untuk tubing, pemandangan yang indah serta udara sejuk dan daratan pinggiran sungai yang landai untuk perkemahan maupun kegiatan outbond. Mengenai profil usaha yang ada di wilayah tersebut, dilihat dari skala usahanya semua termasuk dalam kategori UMKM yang sebagian besar berupa warung (perdagangan). Hanya sedikit UMKM produsen. Pelaku UMKM memiliki tingkat pendidikan sampai dengan SMP dan berumur antara 20-40 tahun. UMKM tersebut sebagian besar hanya memiliki omset dibawah Rp5 juta per minggu. Meskipun secara keseluruhan masih terdapat kelemahan pada SDM pelaku UMKM, namun dalam observasi ditemukan adanya beberapa orang yang dapat dijadikan sebagai motor penggerak karena kreatifitas dan motivasinya untuk maju. Secara keseluruhan, dengan memperhatikan kondisi demografi serta profil usaha dapat dikatakan bahwa UMKM pendukung Pariwisata di Kawasan Kabalong potensial untuk dikembangkan

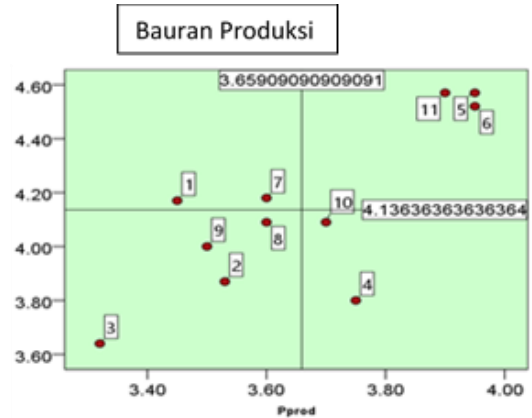
IMPORTANCE AND PERFORMANCE ANALYSIS.

Hasil analisis dengan diagram Cartesius menunjukkan bahwa:

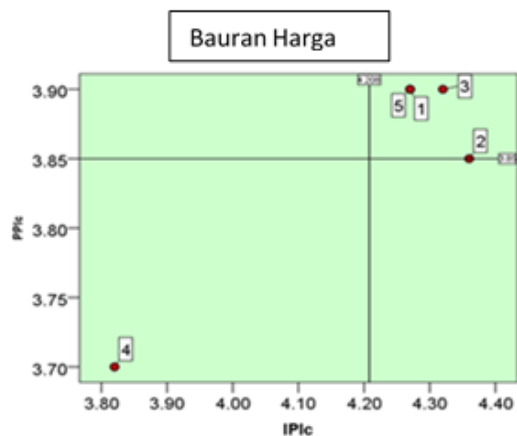
1. Promosi dan price berada dalam kuadran I (tingkat kepentingan tinggi, kinerja rendah). Pada bauran promosi, hal yang perlu diprioritaskan adalah papan penunjuk arah. Sementara itu pada bauran price, prioritas perbaikan sebaiknya pada kesesuaian harga dengan kualitas produk dan pelayanan yang berada pada kuadran I)
2. Product berada pada kuadran III (tingkat kepentingan tinggi, kinerja tinggi), Prioritas pengembangan pada bauran pengemasan dan variasi produk). Unsur produk yang berada pada kuadran 2 adalah variasi produk (1) dan packaging (7). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Kabalong perlu meningkatkan keragaman produk yang ditawarkan. Produk pariwisata utama yang diunggulkan di Kawasan Kabalong saat ini adalah buah Durian dan kegiatan Rafting, namun variasi keragaman produknya masih sangat terbatas
3. Place berada pada kuadran IV (tingkat kepentingan rendah, kinerja tinggi). Berdasarkan posisi bauran pada diagram Cartesius, strategic location perlu diprioritaskan (kecuali untuk usaha rafting, kebanyakan UMKM berada dalam kampung).
4. Fasilitas pendukung pada kuadran I ((tingkat kepentingan rendah, kinerja rendah). Prioritas perbaikan berdasar posisi bauran pada diagram Cartesius adalah pada bauran pengembangan parkir dan kelancaran komunikasi.



- (i)
1. Product
 2. Price
 3. Place
 4. Promotion
 5. Facilities

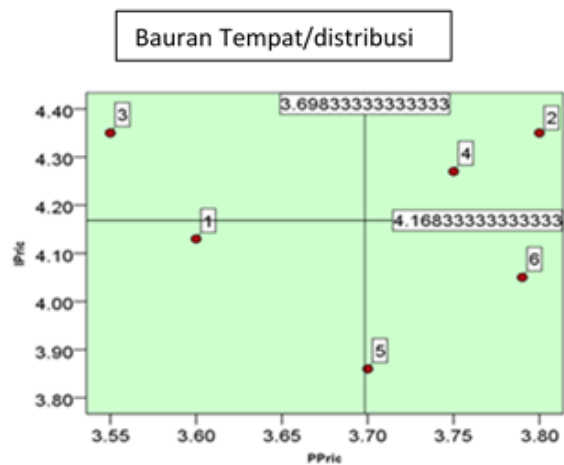


- (ii)
1. Product Variation
 2. Brand
 3. Feature
 4. Size (Boat for Rafting)
 5. Guarantee
 6. quality
 7. Packaging
 8. Price
 9. Product Completeness
 10. Design
 11. Service



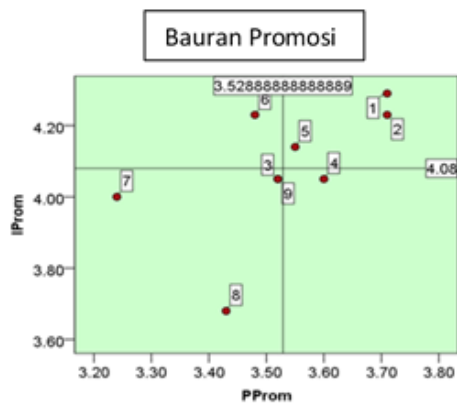
(ii)

1. An affordable price
2. Price Compliance with Quality
3. Price Compliance with Services
4. Price Competitiveness
5. Discount
6. Payment Period



(i)

1. Easy to Reach
2. Infrastructure
3. Strategic location
4. Distribution Channels
5. Transportation



(i)

1. Publication
2. Sales Promotion
3. Advertisement
4. Web Design
5. Utilization of Soc/Med
6. Directions Board
7. Billboard
8. Personal Sales
9. Direct Marketing



(ii)

1. Toilet
2. Mosque
3. ATM/Fintech
4. Communication
5. Guide
6. Souvenir
7. Product Information
8. Parking
9. Culinary
10. Restaurant
11. Café
12. Grocery Store

SOAR ANALYSIS:

Berbeda dengan analisis SWOT, analisis SOAR menggunakan pendekatan appreciative inquiry (AI). Tujuannya adalah, dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan perusahaan lebih fokus pada hal-hal positif yang dapat dikembangkan dibandingkan memikirkan kelemahan internal atau ancaman yang dirasakan yang mungkin tidak terjadi. Dengan demikian perusahaan adakan dapat memanfaatkan secara optimal potensi-potensi yang

dimilikinya. Pada faktor internal yang berfokus pada kekuatan dan faktor eksternal berfokus pada peluang bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Dalam pendekatan analisis SOAR dirancang serangkaian tindakan yang menggunakan kekuatan dan peluang, menggali aspirasi cara mencapai sasaran perusahaan dengan potensi yang ada (memanfaatkan kekuatan dan peluang yang tersedia) serta mendeskripsikan hasil yang mungkin dicapai secara terukur.

STRENGTH (KEKUATAN). Kekuatan merupakan sisi positif dari faktor internal UMKM yang meliputi kondisi aspek manajerial UMKM, seperti produksi; sumber daya manusia; keuangan dan pemasaran. Aspek produksi meliputi kapasitas produksi, kualitas, dan ketersediaan bahan baku, kualitas produksi, dan penggunaan teknologi. UMKM bidang pariwisata di Kawasan Kabalong memiliki kekuatan pada aspek produksi dan SDM. Kondisi dari aspek produksi yang mendukung atau merupakan kekuatan dari UMKM bidang pariwisata di kawasan Kabalong yaitu barang yang diproduksi oleh UMKM yang cenderung didasarkan pada potensi lokal atau daerah setempat sehingga mudah untuk mendapatkan bahan baku. Buah durian yang merupakan produk utama UMKM sektor pertanian telah terkenal dengan rasanya yang enak. Seperti yang sudah diketahui, Kabupaten Pekalongan adalah satu-satunya Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki hutan durian. Pengembangan pangan berbasis durian didukung oleh kegiatan festival durian setiap tahun pada masa panen raya. Namun, mengenai aspek produksi, hasil diskusi kelompok juga mengidentifikasi keberadaan berbagai produk di sekitar kawasan wisata Kabalong, seperti kopi, gula aren, rambutan, pisang dan wedang juruh (minuman khas Jawa Tengah dengan santan dan kelapa/gula aren). Dalam aspek sumber daya manusia, UMKM bidang pariwisata di Kawasan Kabalong masih memiliki beberapa kelemahan. Namun demikian, pada dasarnya UMKM di sekitar kawasan wisata Kabalong memiliki motivasi yang kuat untuk menjadi wirausaha dan memiliki dasar-dasar pengetahuan manajemen bisnis yang baik karena mereka telah menerima beberapa pelatihan yang diadakan oleh Koperasi Kabupaten Pekalongan dan lembaga UMKM. Motivasi yang kuat dan pengetahuan dasar manajemen inilah kekuatan UMKM bidang pariwisata di Kawasan Kabalong

OPPORTUNITIES (PELUANG). Berdasarkan pada hasil diskusi kelompok (FGD) yang terdiri dari UMKM, pemerintah, manajer regional dan tokoh masyarakat setempat, kondisi pasar pariwisata saat ini adalah peluang pengembangan atau peluang bagi UMKM untuk meningkatkan kinerjanya. Mereka menganggap bahwa pasar semakin terbuka dan memberikan peluang bagi UMKM untuk tumbuh. Secara khusus, ada hal-hal yang dianggap sebagai peluang pasar bagi UMKM di sekitar Kabalong untuk tumbuh, yaitu: Peluang (Opportunities) meliputi (1) pengembangan Kabalong sebagai kawasan ekowisata sesuai dengan perencanaan tata ruang dan wilayah Kabupaten Pekalongan, (2) kondisi alam dengan dingin suasana, (3) pemandangan indah, (4) mudah diakses, (5) ada banyak spot foto indah / instagramable, (6) pergeseran gaya hidup masyarakat dalam memilih tujuan rekreasi (cenderung wisata alam), (7) jumlah kesenian tradisional / budaya lokal di sekitar daerah tersebut, (8) peningkatan daya beli / pendapatan masyarakat, dan (9) terdapat sekolah menengah kejuruan yang telah mengembangkan produk dengan bahan utama kulit durian (produk unggulan daerah). Peluang bagi perkembangan UMKM bersifat tidak langsung, tetapi merupakan peluang turunan dari berkembangnya kegiatan pariwisata. Artinya, perkembangan pariwisata yang membuka peluang bagi UMKM serta munculnya aktivitas ekonomi baru.

ASPIRATIONS (ASPIRASI). Dalam tahap ini peserta diskusi diajak untuk berkhayal/membayangkan gambaran ideal tentang kondisi UMKM serta merancang masa depan yang diharapkan tersebut dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang. Bertitik tolak dari "impiannya" tentang UMKM yang ideal serta mempertimbangkan kekuatan dan peluang pengembangan UMKM peserta diskusi menyusun alternatif dan rekomendasi strategis. Hasil dari tahap aspirasi ini adalah terkumpulnya aspirasi-sapirasi langkah atau tindakan-tindakan strategis untuk mencapai UMKM ideal. Terdapat beberapa strategi alternatif untuk meningkatkan UMKM dalam pariwisata yang mencul pada tahap ini, antara lain: (1) membentuk kelompok, (2) membentuk koperasi yang memayungi UMKM, (3) memberikan bantuan intensif setelah pelatihan, (4) membentuk kelompok usaha bersama, (5) merancang 'sesuatu' yang menjadi identitas, yang membedakan Kabalong dengan daerah wisata serupa lainnya, (6) merancang paket wisata yang melibatkan semua desa (Karanggondang, Limbangan dan Lolong), (7) memberdayakan sekelompok bisnis untuk meningkatkan pendapatan keluarga (UP2K), (8) merancang kawasan Kabalong sebagai kawasan terpadu seperti Technopark untuk pariwisata, (9) mengoptimalkan pengelolaan kawasan pariwisata oleh BUMDES (perusahaan milik desa), dan (10) mengembangkan e-commerce dan banyak lainnya. Namun, hal utama adalah "meningkatkan kapasitas dan kemampuan kewirausahaan" dari para pelaku UMKM itu sendiri.

RESULTS (HASIL). Hasilnya adalah hasil nyata dan terukur sehingga mencerminkan tingkat pencapaian tujuan dan aspirasi. Ada beberapa hasil yang diharapkan oleh peserta diskusi, yaitu (1) memiliki ikon sehingga lebih mudah untuk mengenali Kabalong, (2) ada spesialisasi produk UMKM yang terlibat dalam pengembangan pariwisata, (3) peningkatan jumlah wisatawan sehingga keuntungan UMKM juga meningkat, (4) peningkatan jumlah tenaga kerja terserap, (5) Kabalong menjadi daerah wisata yang berbeda dari yang lain atau unik, dan (6) peningkatan aset UMKM

Tabel 1 MATRIKS SOAR

Strengths	Opportunities
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi didasarkan pada potensi lokal (bahan baku mudah didapat), 2. Durian sebagai produk utama UMKM pertanian telah terkenal dengan rasanya yang enak 3. Kabupaten Pekalongan adalah satu-satunya Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki hutan durian 4. Ada berbagai produk di sekitar Kabalong, 5. Memiliki motivasi yang kuat untuk menjadi wirausaha 6. Memiliki dasar-dasar pengetahuan manajemen bisnis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan Kabalong sebagai kawasan ekowisata sesuai dengan perencanaan tata ruang dan wilayah Kabupaten Pekalongan, 2. Kondisi alam dengan suasana sejuk, 3. Pemandangan indah, 4. Mudah diakses, 5. Banyak tempat foto yang indah/instagramable, 6. Pergeseran preferensi orang dalam memilih tujuan rekreasi 7. Jumlah budaya lokal di sekitar daerah tersebut, 8. Meningkatnya daya beli / pendapatan per kapita 9. Ada sekolah menengah kejuruan yang telah mengembangkan produk dengan bahan kulit durian (produk unggulan daerah)
Aspiration	Results
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan cluster, 2. Mengembangkan koperasi yang menangani MSEM, 3. Memberikan bantuan intensif setelah pelatihan, 4. Membentuk kelompok bisnis bersama 5. Merancang sesuatu "yang menjadi identitas, 6. Merancang paket wisata 7. Memberdayakan sekelompok bisnis untuk meningkatkan pendapatan keluarga (UP2K) 8. Merancang Kabalong sebagai area terpadu seperti Technopark untuk pariwisata, 9. Mengoptimalkan pengelolaan area pariwisata oleh BUMDES (perusahaan milik desa), mengembangkan e-commerce 10. Meningkatkan sinergi antar desa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki ikon sehingga lebih mudah untuk mengenali Kabalong, 2. Ada spesialisasi produk 3. Peningkatan jumlah wisatawan sehingga keuntungan UMKM juga meningkat, 4. Peningkatan jumlah tenaga kerja yang diserap, 5. Kabalong menjadi kawasan wisata yang unik, 6. Peningkatan aset UMKM.

Sesuai dengan arahan kebijakan jangka panjang yang diusulkan, maka dapat diturunkan beberapa strategi sebagai berikut:

1. **Dimensi sumber daya manusia:** Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM dan pekerja seni di daerah tersebut. Kualitas sumber daya manusia dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif serta membentuk forum komunikasi reguler di antara UMKM untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengembangan bisnis. Bantuan perlu dilakukan untuk waktu yang lama, tidak ditinggalkan setelah program pelatihan berakhir (menyelenggarakan lokakarya berkelanjutan).
2. **Dimensi Produksi:** Memetakan berbagai jenis produk yang diproduksi oleh UMKM agar dapat diklasifikasikan sesuai dengan kesamaan karakter untuk tujuan spesialisasi. Menentukan produk unggulan yang didasarkan pada kriteria keunikan, keterlibatan sosial (termasuk jumlah pengusaha dan pekerjaan), bahan baku (termasuk ketersediaan, asal, dan akses ke bahan baku), posisi daya saing (mencakup kapasitas produksi, harga relatif, pasar potensial, dan keberlanjutan)
3. **Dimensi Pemasaran:** Meningkatkan spesifikasi teknis, kualitas dan kemasan serta promosi, dan mengembangkan kelompok diskusi yang berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi untuk bisnis.
4. **Dimensi kelembagaan:** Memperkuat kapasitas dan kemampuan lembaga-lembaga UMKM yang mendukung pengembangan pariwisata di wilayah Kabalong.
5. **Lainnya:** Meningkatkan koordinasi antara Organisasi Perangkat Daerah terkait, baik provinsi dan kabupaten, meningkatkan program pengembangan UMKM dan / atau lembaga / koperasi yang menangani UMKM dan memfasilitasi inovasi dan proses pemasaran.

Penelitian ini juga mencatat bahwa **hal terpenting** dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan UMKM adalah perubahan pola pikir terkait pengembangan UMKM. Pola pikir untuk meningkatkan UMKM harus menempatkan UMKM sebagai subjek pengembangan daripada sebagai objek. Pengembangan UMKM dapat dimulai dari apa yang dimiliki UMKM, bukan sesuatu yang tidak mereka miliki atau keterbatasannya

STUDI BANDING

Pengalaman studi banding dengan menggunakan paket Dokar Village Tour menunjukkan bahwa pelayanan wisata telah terstandarisasi dengan sangat baik dan profesional. Pada saat wisatawan datang di kantor Koperasi sebagai kantor pusat pelayanan, para wisatawan langsung disambut dengan ramah oleh Pemandu yang telah ditetapkan. Dokar sudah siap untuk mengantarkan wisatawan berkeliling desa. Setiap dokar diisi wisatawan maksimal tiga orang. Para wisatawan berkeliling desa melihat suasana pedesaan. Beberapa konsep penting yang disarikan dari studi banding ini antara lain: (1) Pengelolaan melalui satu pintu yaitu koperasi. Bisnis apapun harus melalui koperasi. (2) Mencari pemimpin yang mampu menjaga visi dan misi koperasi, sehingga keberlangsungannya terjamin, (3) Jumlah pengurus koperasi harus ganjil. Semua ketentuan yang berkaitan dengan manajemen koperasi sudah diatur dalam AD/ART Koperasi. (4) Saling percaya diantara seluruh komponen desa, sinergitas, dan political will dari kepala desa dan perangkatnya menjadi kunci keberhasilan desa wisata Candirejo .

DISKUSI

Analisis Importance-Performance dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja pihak lain. Penelitian ini menggunakan Importance-Performance Analysis (IPA) karena merupakan teknik yang mudah digunakan dan berbiaya murah (Martilla and James, 1977). Kepuasan terjadi jika ada kesesuaian antara kinerja yang diterima dengan tingkat kepentingan masing-masing item komponen produk berdasar pandangan konsumen. Teridentifikasinya komponen-komponen bauran pemasaran yang tidak memuaskan dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi pemasaran yang tepat.

Meningkatnya persaingan antar kawasan wisata nasional dewasa ini, menuntut kemampuan untuk menyediakan pengalaman wisata yang berkualitas dan berkesan. Semenjak pariwisata dipandang sebagai penggerak perekonomian daerah, ketersediaan metode manajemen untuk membantu pengambil kebijakan dan para praktisi untuk meningkatkan pemahaman persepsi wisatawan tentang kekuatan dan kelemahan destinasi wisata merupakan masukan mendasar bagi proses manajemen destinasi wisata. Studi ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keunggulan bersaing UMKM pariwisata harus dilakukan melalui peningkatan komponen bauran pemasaran secara menyeluruh dan terintegrasi, khususnya untuk unsur promotion dan price. Peningkatan papan petunjuk dan iklan harus menjadi prioritas. Kondisi ini mencerminkan kurangnya papan petunjuk jalan lokasi wisata. Masalah lain yang perlu mendapat perhatian adalah terbatasnya iklan, yang mengakibatkan tidak terinformasikannya secara luas kawasan wisata Kabalong. Diagram Kartesius menunjukkan bahwa UMKM harus memiliki pengetahuan dan keahlian tentang kebijakan penetapan harga. Harga harus ditetapkan sesuai dengan target pasar. Hasil studi mengindikasikan bahwa variasi produk dan packaging merupakan komponen paling penting dari unsur bauran produk. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM pariwisata harus membuat keragaman produk dan jasa wisata yang lebih banyak dan dengan packaging yang lebih menarik. Area parkir merupakan komponen penting dari unsur fasilitas. Untuk memecahkan masalah ini, dibutuhkan kerjasama dan koordinasi yang baik antar stakeholders' pengembangan kawasan pariwisata yang meliputi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Hasil IPA dapat digunakan sebagai alat benchmarking dalam rangka mendukung pengembangan daya saing lebih lanjut. pada sisi yang lain, kerangka yang diajukan dapat diadopsi oleh destinasi wisata yang lain untuk mengevaluasi kualitas pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung, serta untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki disbanding dengan destinasi yang potensial sebagai pesaingnya. Dengan pemikiran yang sama, analisis yang diajukan kemungkinan bermanfaat sebagai alat strategi pemasaran yang mampu menunjukkan komponen-komponen yang akan membedakan tawaran pengalaman wisata dengan yang ditawarkan pihak lain. Studi ini mengindikasikan bahwa kepuasan wisatawan dapat diwujudkan melalui integrasi sejumlah besar komponen secara menyeluruh, mencakup pelayanan, komponen fisik, serta pelayanan yang berkualitas.

Sementara itu, dari identifikasi SOAR pada UMKM diketahui bahwa UMKM pendukung pariwisata di kawasan Kabalong memiliki kekuatan pada aspek produksi, yang terutama disebabkan karena barang yang diproduksi oleh UMKM cenderung berbasis pada potensi lokal sehingga bahan baku mudah diperoleh. Buah durian yang merupakan produk utama UMKM sektor pertanian telah terkenal dengan rasanya yang enak. Kabupaten Pekalongan adalah satu-satunya Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki hutan durian. Pengembangan pangan berbasis durian didukung oleh kegiatan festival durian setiap tahunnya. Dalam hal ini, maka dapat dikatakan bahwa kawasan Kabalong memiliki goodwill. Selain itu, diskusi kelompok juga mengidentifikasi adanya berbagai produk di sekitar kawasan wisata Kabalong, seperti kopi, gula aren, rambutan, pisang dan wedang juruh (minuman khas Jawa Tengah dengan santan dan kelapa/gula aren). Pengembangan makanan olahan yang memberikan dapat menjadi langkah yang memanfaatkan kekuatan aspek produksi ini. Dalam aspek sumber daya manusia, meskipun masih memiliki beberapa kelemahan namun terdapat beberapa orang yang tergabung dalam pokdarwis dengan motivasi kuat yang dapat menjadi motor penggerak dan mereka telah menerima beberapa pelatihan yang diadakan oleh Koperasi Kabupaten Pekalongan dan lembaga UMKM. Motivasi yang kuat dan pengetahuan dasar manajemen inilah kekuatan UMKM pendukung pariwisata di Kawasan Kabalong (Pradono Tri P, 2015; Radhi & Hariningsih, 2014; Susilowati, Rahutami, & Winarno, 2014). Semangat ini dapat menjadi modal dasar untuk mewujudkan mimpi-mimpi yang terumuskan dalam aspirasi-aspirasi untuk mencapai hasil utama (ultimate target) yang diinginkan tentu saja UMKM yang maju dan berkembang karena hal

tersebut berarti juga peningkatan kesejahteraan masyarakat. Tujuan tersebut akan tercapai jika pariwisata berkembang. Pariwisata yang berkembang dan berdampak positif terhadap UMKM (Khavarian-Garmsir, Stavros, & Saraei, 2017)

KESIMPULAN:

Bertitik tolak dari berbagaimacam data yang telah diolah dan dianalisis, dalam penelitian ini dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, dengan memperhatikan kondisi demografi serta profil usaha, analisis SOAR dan IPA dapat dikatakan bahwa UMKM pendukung Pariwisata di Kawasan Kabalong potensial untuk dikembangkan. UMKM-UMKM sekitar kawasan akan berkembang seiring dengan perkembangan pariwisata.
2. Analisis IPA pada bauran pemasaran menunjukkan bahwa:
 - a. Secara keseluruhan UMKM di kawasan Kabalong memiliki kinerja bauran yang baik dan penting. Namun, promosi dan harga berada pada kuadran I diagram Cartesius, yang berarti dianggap penting namun memiliki kinerja yang relatif rendah.
 - b. Bauran pemasaran produk berada pada kuadran II yang berarti tingkat kepentingan tinggi dan kinerja tinggi. Pada bauran produk, variasi dan pengemasan berada pada kuadran I
 - c. Unsur bauran harga menunjukkan bahwa harga sesuai dengan kualitas, kesesuaian harga dengan pelayanan yang diterima, keterjangkauan harga, dan potongan harga.
 - d. IPA pada bauran pemasaran tempat/saluran distribusi menunjukkan bahwa lokasi kawasan wisata Kabalong memiliki kinerja sesuai dengan yang diharapkan.
 - e. Secara keseluruhan, bauran promosi berada pada kuadran I, yang berarti penting namun kinerja rendah. Secara detail, unsur bauran promosi yang dianggap kurang adalah penunjuk arah.
3. Hasil analisis SOAR menunjukkan bahwa:
 - a. Kawasan wisata Kabalong memiliki kekuatan pada produk yang berbasis pada potensi lokal serta SDM yang dari sisi kualitas rendah namun memiliki motivasi yang tinggi untuk berwirausaha.
 - b. Peluang pengembangan wisata Kabalong disebabkan karena pasar terbuka sebagai akibat dari perubahan preferensi destinasi wisata, potensi alam, kemudahan dijangkau, peningkatan daya beli masyarakat serta dukungan kebijakan pemerintah daerah.
 - c. Terdapat berbagai macam aspirasi terkait dengan upaya menghembangkan UMKM serta pariwisata Kabalong yang pada intinya adalah meningkatkan sinergitas serta kerjasama semua pihak yang terkait (pemerintah, masyarakat, pelaku UMKM) dan pemanfaatan perkembangan teknologi informasi sebagai media promosi
 - d. Hasil yang diharapkan dari implementasi aspirasi adalah perkembangan UMKM dan Pariwisata di kawasan Kabalong yang diukur dari adanya peningkatan aset pelaku UMKM, memiliki ikon, ada penyerapan tenaga kerja dan jumlah kunjungan meningkat

SARAN:

1. Usulan arah kebijakan umum untuk memajukan UMKM pariwisata di sekitar wilayah Kabalong adalah, "Pengembangan Pariwisata dan UMKM Pariwisata Tangguh Bersinergi Berdasarkan Potensi Lokal, Ilmu Pengetahuan, dan Teknologi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Sosial".
2. Perlu diupayakan peningkatan kapasitas UMKM serta pengelolaan pariwisata sebagai berikut:
 - a. Dimensi sumber daya manusia: memberikan pelatihan dan pendampingan yang intensif serta membentuk forum komunikasi reguler di antara UMKM untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengembangan bisnis.
 - b. Dimensi Produksi: Memetakan berbagai jenis produk yang diproduksi oleh UMKM agar dapat diklasifikasikan sesuai dengan kesamaan karakter untuk tujuan spesialisasi.
 - c. Dimensi Pemasaran: Meningkatkan spesifikasi teknis, kualitas dan kemasan terutama promosi, serta mengembangkan kelompok diskusi yang berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi untuk bisnis.
 - d. Dimensi kelembagaan: Memperkuat kapasitas dan kemampuan lembaga-lembaga UMKM yang mendukung pengembangan pariwisata di wilayah Kabalong.
 - e. Lainnya: meningkatkan koordinasi antara Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait

LUARAN

1. Luaran wajib : Produk Kebijakan
2. Luaran Tambahan : (1) Prosiding dalam pertemuan Ilmiah Internasional,
(2) Publikasi Jurnal Ilmiah Internasional...

D. STATUS LUARAN: Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta mengunggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui Simlitabmas.

Capaian Luaran Tahun 1

NO	Jenis Luaran		Wajib	Tambahan	TS
	Kategori	Sub Kategori			
1	Artikel Ilmiah Dimuat Dijurnal	Internasional Bereputasi		√	submitted
		Nasional Terakreditasi			
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding	Internasional Terindeks		√	dilaksanakan
		Nasional			Tidak ada
3	<i>Invited speaker</i> dalam temu ilmiah	Internasional			Tidak ada
		Nasional			Tidak ada
4	<i>Visiting Lecturer</i>	Internasional			Tidak ada
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Paten			Tidak ada
		Paten Sederhana			Tidak ada
		Hak Cipta			Tidak ada
		Merek Dagang			Tidak ada
		Rahasia Dagang			Tidak ada
		Desain Produk Industri			Tidak ada
		Indikasi Geografis			Tidak ada
		Perlindungan Varietas Tanaman			Tidak ada
		Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu			Tidak ada
6	Teknologi Tepat Guna				
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya seni/ Rekayasa Sosial	√			Produk/tersedia
8	Buku Ajar (ISBN)				
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)				4

... **LUARAN WAJIB: Produk/Dokumen Kebijakan; Tercapai/Tersedia.** Luaran wajib dalam penelitian ini adalah produk. Sebagaimana dalam proposal, produk dari penelitian ini berupa dokumen kebijakan (dalam bentuk *blueprint*). Dalam penelitian ini telah dihasilkan produk kebijakan final dengan judul: **Penyusunan Strategi Pengembangan Kawasan dan UMKM Pnendukung Pariwisata Kabalong Kabupaten Pekalongan**

Telah mendapatkan no ISBN: 978-623-714018-4; Hak Cipta: LPPM Universitas Katolik Soegijapranata.

LUARAN TAMBAHAN:

Prosiding dalam pertemuan Ilmiah Internasional. TERCAPAI.

Seminar Internasional telah terlaksana pada tanggal 20-22 Juli 2019, di Ulsan University, Korea Selatan. PROCEEDINGS OF 2019 ICOI THE INTERNATIONAL CONFERENCE OF ORGANIZATIONAL INNOVATION, July, 20 – 22, 2019,

HOSTED & ORGANIZED:

Institute of Sponsor:

- International Association of Organizational Innovation
- University of Ulsan, South Korea
- FMI Forum Manajemen Indonesia
- Airlangga University, Surabaya, Indonesia
- Shanghai University of medicine& health Science, China

Institute of Co-sponsor:

- La Trobe Business School. La Trobe University, Australia
- Fukuoka University, Japan
- Guangxi University for Nationalities, Guangxi China
- Huaqiao University, Fujian China
- Universitas Tanjungpura Indonesia
- Guilin University of Technology, Guilin China
- Universitas Sumatera Utara Indonesia

...

E. **PERAN MITRA:** Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (untuk Penelitian Terapan, Penelitian Pengembangan, PTUPT, PPUPT serta KRUP). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui Simlitabmas.

...Pelaksanaan Penelitian ini didukung/bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Pekalongan dengan PIC utama dari Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata (DINPORAPAR)/KaSubid Pariwisata Kabupaten Pekalongan serta Bappeda Kabupaten Pekalongan.

Kontribusi In-kind:

1. Ruang/venue di Ruang rapat Bappeda Kabupaten Pekalongan
2. Sound system
3. Akomodasi/penginapan di Rumah dinas Wakil Bupati Pekalongan
4. Berbagai alat pendukung lainnya untuk penyelenggaraan FGD.

Pemerintah Kabupaten Pekalongan melalui Bappeda dan Dinporapar juga **memfasilitasi observasi lapangan** (menghubungkan peneliti dengan aparat pemerintah setempat, pengelola dan tokoh pokdarwis Kabalong) serta menjadi menjadi narasumber. Kepala Bappeda (Bp. Bambang Irianto merupakan penanggung Jawab terselenggaranya FGB dan beberapa staf merupakan panitia. Selain itu, beberapa OPD terkait dengan pengembangan pariwisata dan UMKM merupakan narasumber dalam penelitian ini yang dikoordinasikan oleh Bappeda Kabupaten Pekalongan



...



PEMERINTAH KABUPATEN PEKALONGAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
DAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jl. Krakatau No.9 Telp. (0285) 381456, 381789 Fax. (0285) 381789
e-mail : bappedalitbang@pekalongankab.go.id

KAJEN 51161

Nomor : 005/ ICI
Lampiran :
Perihal : Undangan

Kajen, 23 April 2019

Kepada Yth

.....
.....
di

Dalam rangka pelaksanaan Pengembangan Wisata Kawasan Kabalong (Karanganyar, Limbangan dan Lolong), mengharap dengan hormat kesediaan Saudara untuk hadir besok pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 25 April 2019
Waktu : Pukul 09.00 WIB
Tempat : Ruang Rapat II lantai 2 Bappeda Litbang Kab. Pekalongan
Jl Krakatau No. 9 Kajen
Acara : *Focus Group Discussion* (FGD) Pengembangan Strategi Memajukan UMKM bidang Pariwisata Kawasan Kabalong (Karanganyar, Limbangan dan Lolong) melalui Program Hibah Kementerian Ristek Dikti Skem PTUPT
Pemateri : 1. Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah, M.Si.
2. MG Westri Kekalih S., SE., ME.
3. Dr. Widuri Kurniasari, M.Si.
Unika Soegijapranata Semarang

Demikian atas perhatian dan kehadirannya kami ucapkan terima kasih.

KEPALA BAPPEDA LITBANG
KABUPATEN PEKALONGAN



Ir. BAMBANG IRIANTO, M.Si.
Ketua Muda
0202271983031007

Tembusan, disampaikan kepada Yth:

1. Bupati Pekalongan;
2. Sekretaris Daerah Kabupaten Pekalongan;

F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

...Secara keseluruhan, pelaksanaan penelitian ini sampai dengan capaian luaran sebagaimana dijanjikan dalam proposal berjalan lancar, tidak menemui hambatan. Mitra baik pemerintah daerah maupun mitra kawasan setempat sangat kooperatif dan membantu...

G. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA: Tuliskan dan uraikan rencana penelitian di tahun berikutnya berdasarkan indikator luaran yang telah dicapai, rencana realisasi luaran wajib yang dijanjikan dan tambahan (jika ada) di tahun berikutnya serta *roadmap* penelitian keseluruhan. Pada bagian ini diperbolehkan untuk melengkapi penjelasan dari setiap tahapan dalam metoda yang akan direncanakan termasuk jadwal berkaitan dengan strategi untuk mencapai luaran seperti yang telah dijanjikan dalam proposal. Jika diperlukan, penjelasan dapat juga dilengkapi dengan gambar, tabel, diagram, serta pustaka yang relevan. Jika laporan kemajuan merupakan laporan pelaksanaan tahun terakhir, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai.

... Capaian luaran Tahap 1.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi memajukan UMKM pendukung pariwisata. Sampai dengan tahap ini, diketahui bahwa sebagian besar UMKM pendukung pariwisata di kawasan Kabalong adalah usaha perdagangan. Salah satu UMKM yang sangat potensial dan telah cukup profesional pengelolaannya adalah usaha rafting yang memanfaatkan sungai Sengkarang. Produk pertanian yang sangat mendukung pengembangan pariwisata adalah durian yang sudah terkenal.

a. Laporan Komprehensif: tersedia.

Asesmen secara khusus pada UMKM-UMKM yang berada dalam kawasan Kabalong menunjukkan bahwa sebagian besar bergerak dalam bidang perdagangan, warung makan dan toko kelontong. Lokasi usaha cenderung menyatu dengan rumah tinggal, sehingga lebih banyak yang berada di dalam kampung. UMKM yang secara khusus terkait dengan kegiatan pariwisata relatif sedikit dan hal tersebut terjadi secara kebetulan memiliki lokasi yang sangat dekat dengan lokasi wisata (sekitar sungai Sengkarang, perkemahan/outbond, dan jembatan lengkung). Artinya, **belum terbenti sinergi yang kuat**, antara pengembangan pariwisata dengan UMKM-UMKM yang berada di sekitar kawasan.

Dari analisis IPA bauran pemasaran pada UMKM-UMKM di kawasan Kabalong menunjukkan bahwa bauran promosi dan harga berada pada kuadran I, dinilai sangat penting, namun memiliki kinerja yang relatif rendah. Hal ini dapat dilakikan dengan profil UMKM yang memang belum secara khusus diikatkan pada pengembangan pariwisata. Pada bauran promosi, ketersediaan *sign board* (papan penunjuk arah) dinilai memiliki kepentingan yang tinggi namun memiliki kinerja relatif rendah. Sementara itu, unsur yang dinilai memiliki kepentingan yang tinggi namun memiliki kinerja relatif rendah pada bauran pemasaran harga, kesesuaian harga dengan kualitas layanan.

Dari identifikasi SOAR pada UMKM di kawasan Kabalong diketahui bahwa UMKM pendukung pariwisata memiliki kekuatan pada produk yang cenderung menggunakan bahan baku lokal serta SDM yang memiliki motivasi dan pernah mendapatkan pelatihan serta telah ada pokdarwis. Peluang pengembangan pariwisata dan UMKM cukup besar karena perubahan perilaku wisata, peningkatan daya beli masyarakat dan dukungan kebijakan pemerintah. Pada dimensi aspirasi, cukup banyak aspirasi yang muncul terkait upaya memajukan UMKM di kawasan Kabalong, namun jika dikristalisasi intinya adalah penguatan kelembagaan, dan hasil yang ingin dicapai adalah UMKM yang maju dan berkembang karena hal tersebut berarti juga peningkatan kesejahteraan masyarakat.

b. Luaran wajib: Produk (Kebijakan), tersedia, terlampir dalam lampiran laporan ini.

Dari penelitian tahap 1 tersebut, penelitian ini telah menghasilkan produk berupa dokumen strategi pengembangan pariwisata dan UMKM pendukungnya. Dokumen tersebut telah ber ISBN. Catatan paling penting dalam penelitian ini adalah upaya memajukan UMKM bidang/pendukung pariwisata adalah satu kesatuan dengan pengembangan pariwisata, sebab keduanya memiliki hubungan kausalitas yang positif.

c. Luaran Tambahan:

1. Prosiding Seminar Internasional: Tersedia, terlampir dalam lampiran laporan ini.
2. Publikasi Jurnal Internasional: Submitted, terlampir dalam lampiran laporan ini

Rencana penelitian tahap 2.

Penelitian tahun 1 telah dihasilkan produk kebijakan. Pada tahun penelitian tahun 2 masih dimungkinkan adanya pengayaan pada dokumen tersebut, namun penelitian pada tahun kedua lebih menekankan pada pengembangan instrumen strategi pengembangan pariwisata dan UMKM pendukungnya sesuai situasi dan kondisi sebagaimana telah diperoleh gambarannya pada penelitian tahap 1. Sesuai dengan fokus tersebut, maka beberapa hal yang akan digali untuk dianalisis secara lebih mendalam antara lain kondisi unsur-unsur pariwisata di Kawasan Kabalong yang mengacu pada 4 (empat) aspek A pariwisata yakni *Attraction, Accesability, Amenities dan Ancillary* yang dipadukan dengan pendekatan unsur pariwisata yang lain seperti *hospitality* dan infrastruktur. **Target luaran** pada tahun kedua, sebagai **luaran wajib** adalah berupa studi kelayakan dalam bentuk design pengembangan pariwisata Kabalong. **Luaran Tambahan** yang ditargetkan adalah **artikel ilmiah dimuat diprosiding** seminar internasional terindeks dan **artikel ilmiah dimuat di jurnal internasional bereputasi**. Rencana jurnal yang dituju adalah

Obyek dan Lokasi Penelitian tahap 2.

Penelitian akan dilakukan di lokasi yang sama dengan lokasi penelitian tahap 1, yakni di kawasan wisata alam Kabalong (karanggondang, Limbangan, dan Lolong) di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Pekalongan. Kawasan Kabalong merupakan kawasan peruntukan wisata alam Kabupaten Pekalongan sebagaimana yang tertuang dalam Peraturan daerah Kabupaten Pekalongan nomor 2 tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pekalongan tahun 2011 – 2031. Obyek utama SOAR (merupakan pendalaman dari penelitian tahap 1) dan mengidentifikasi kemungkinan bentuk pengembangannya dengan merancang konektivitas antara kegiatan, pelaku dan jenis potensi yang ada, mencakup sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia pelaku UMKM khususnya pariwisata. Pola pengembangan pariwisata dan UMKM di sekitar kawasan akan mengacu pada hasil studi banding yang telah dilakukan pada tahun 1 dengan memodifikasi sesuai dengan situasi dan kondisi setempat, yang terutama melakukan penguiatan kelembagaan yang akan menjadi embrio pengembangan pariwisata dan UMKM pendukung.

Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian tahap 2.

Untuk mencapai tujuan penelitian tahun 2, penelitian ini menggunakan data primer sebagai input utama. Untuk memperoleh data primer dilakukan eksplorasi lapangan pada kawasan wisata Kabalong melalui koordinasi dengan dinas Pariwisata/OPD terkait, wawancara mendalam dan diskusi kelompok. Penggalan data melalui observasi lapangan, diskusi kelompok (FGD) dengan pendekatan *metaplan* kepada narasumber yang dianggap kompeten dan mengenal dengan baik potensi wilayah kajian (SKPD terkait, Camat, Lurah, kelompok pelaku UMKM, karang taruna dan tokoh masyarakat) bertujuan mendeskripsikan secara detail UMKM dan pelaku yang akan dijadikan embrio pengembangan pariwisata dan UMKM pendukungnya.

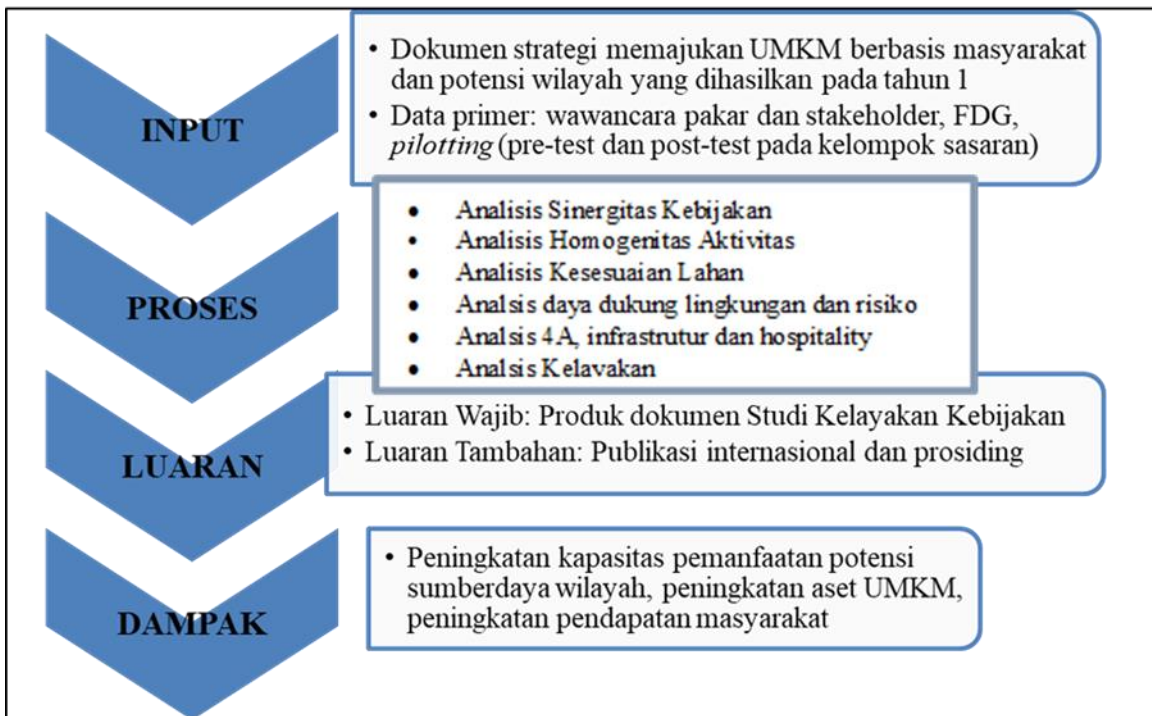
Teknik Analisis Penelitian tahap 2.

Pendekatan analisis pada tahun kedua bersifat kualitatif dengan input utama data primer yang diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dan FGD (*metaplan*). Beberapa kali FGD (*metaplan*) untuk penyamaan persepsi operasional strategi yang telah disusun pada tahun 1 dan menggali kondisi 4A pariwisata, hospitality dan infrastruktur, baik yang telah ada maupun yang akan dibangun oleh pemerintah Kabupaten. Pendekatan analisis yang digunakan adalah deskriptif yang meliputi antara lain:

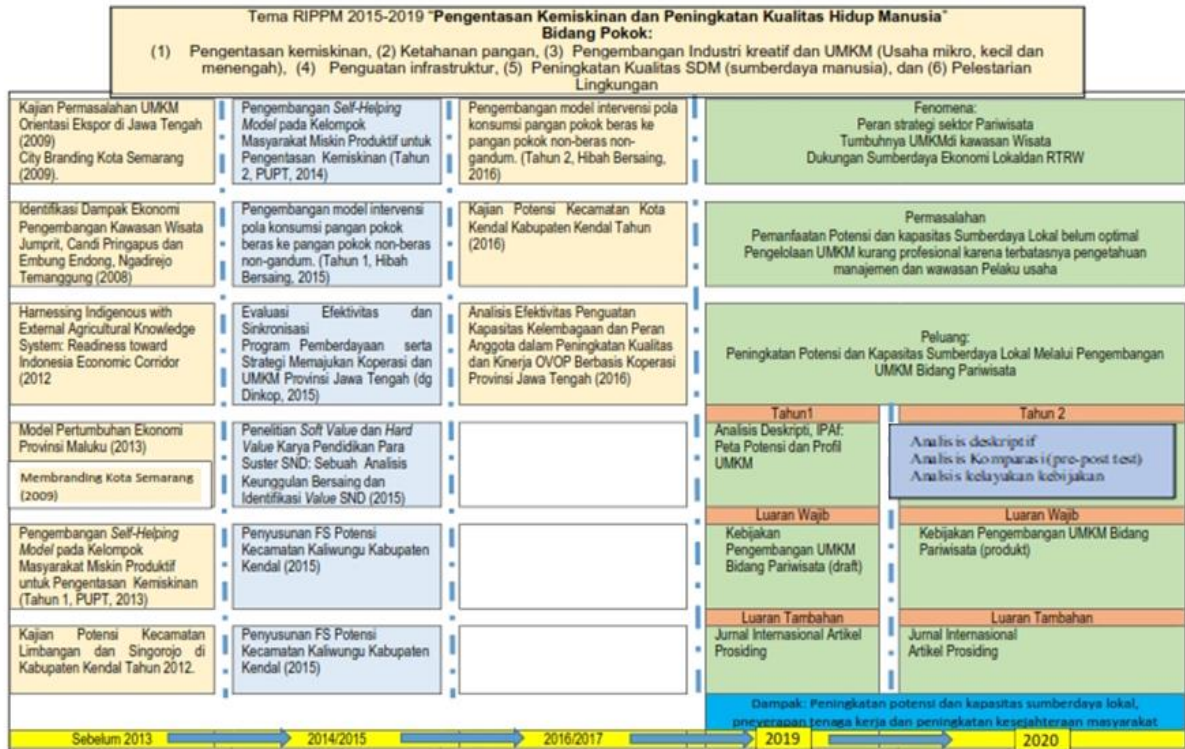
1. Analisis sinergitas kebijakan dimaksudkan untuk melihat kesesuaian antara kebijakan yang satu dengan yang lainnya. Hal ini penting agar program yang satu dengan yang lainnya tidak tumpang tindih yang justru dapat menyebabkan adanya konflik
2. Analisis homogenitas aktivitas, untuk mendeskripsikan indikator yang sering digunakan dalam pengembangan wilayah antara lain indikator analisis fisik, topografi, sosio historis dan kesamaan etnis (adat istiadat dan sosial budaya)
3. Analisis kesesuaian lahan. Analisis kesesuaian lahan bersifat deskriptif yang memberikan gambaran kesesuaian antara kondisi fisik lahan serta lingkungannya terhadap pemanfaatan lahan untuk berbagai aktivitas
4. Analisis daya dukung lingkungan dan risiko yang dimaksudkan untuk memperoleh gambaran mengenai daya dukung lingkungan terhadap pengembangan pariwisata kawasan dan pengelolaan risiko sebagai akibat dari pengembangan kawasan.
5. Analisis 4A pariwisata, infrastruktur dan hospitality.
6. Analisis Kelayakan Pengembangan

Dalam penelitian tahap 2 juga akan melibatkan konsultan teknis untuk merancang *site-plan* konektivitas fisik kawasan pariwisata, konsultan IT dan digital Marketing.

1.1. Alur Penelitian



ROADMAP



No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan	v											
2	Rekrutmen asisten peneliti (pengumuman s/d seleksi)		v										
3	Penyusunan Instrumen (panduan FGD dan wawancara)		v										
4	Penyusunan instrument piloting/treatment		v										
5	Pre test		v										
6	Treatment-pelatihan-pilotting			v	v								
7	Postest				v								
8	Analisis Data tahap 1				v	v							
9	Penyusunan Materi Promosi-digitalisasi					v							
10	Penyusunan publikasi						v						
11	Rancangan konektivitas						v	v	v				
12	Perkiraan Pelaksanaan Seminar									v			
13	Penyusunan Laporan Akhir									v	v		
14	Finalisasi												v

H. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

- Adiningsih, Sri, Et Al., (2008), *Dampak Penetrasi Produk Cina Pada Umkm Di Surakarta Jawa Tengah*, Center For Asia Pacific Studies, Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan
- Badan Pengkajian Kebijakan Inovasi Teknologi BPPT (2015), *Klaster Industri Techno Park Pangan*

Kabupaten Grobogan, Laporan Akhir Penelitian BPPT

3. Bambang Subiyanto (2015), Peran Ilmu Pengetahuan dan Teknologi untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), Seminar Nasional MAPEKI 2015, 5 November 2015
4. Budi Hermana (2015), Mendorong Daya Saing Di Era Informasi Dan Globalisasi: Pemanfaatan Modal Intelektual dan Teknologi Informasi Sebagai Basis Inovasi di Perusahaan, [Http://Bhermana.Staff.Gunadarma.Ac.Id](http://Bhermana.Staff.Gunadarma.Ac.Id) (Retrieve 23 April 2019)
5. Kekalih, MG.Westri, Ika Rahutami, Rachmad Djati W, 2013-2014. Pengembangan Self-Helping Model pada Kelompok Masyarakat Miskin Produktif untuk Pengentasan Kemiskinan, Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan
6. OECD (2006). The Knowledge Based-Economy
7. Radhi Fahmy. 2010. Pengembangan Appropriate Technology sebagai Upaya Membangun Perekonomian Indonesia Secara Mandiri. *Jurnal Ekonomi Bisnis* No. 1, Volume 15, April 2010
8. Rahutami dan MG Wesri Kekalih S (2011), Strengthening the Domestic Market or Searching Market Opportunities: A Dillema Resulted FromThe Impact of ACFTA on Small and Medium Enterprises, *Chinese Business Review*
9. United Kingdom Department of Trade and Industry (1998), *Our Competitive Future: Building the knowledge Driven Economy*, London, UK DTI
10. Vinsensius Widdy Tri Prasetyo, L. Anang Setiyo Waloyo (2014), Pengaruh Akses Sumberdaya Produktif, Iklim Usaha, dan Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Terhadap Produktivitas Usaha Kecil dan Menengah di Madiun, Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi Xx Program Studi Mmt-ITS, Surabaya 1 Februari 2014 (Retrieve 23 April 2019)
11. Worldbank (1996). World Development Report
12. Worldbank (2006), Measuring Knowledge in the World's Economics: Knowledge Assessment Methodology and Knowledge Economy Index, Knowledge for Development Program. K4D .