

Kajian Tentang Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kendal

Yovita Mumpuni Hartarini¹, Zumrotun Nafiah², Sopi³

STIE Semarang

E-mail: yovita@stiesemarang.ac.id

Article History:

Received: 21 Juli 2022

Revised: 17 Desember 2022

Accepted: 18 Desember 2022

Keywords: *Ekonomi kreatif, wirausaha, kearifan lokal*

Abstract: *Kajian ini dilatarbelakangi oleh adanya potensi wisata dan ekonomi kreatif yang beragam dan Kabupaten Kendal mendapatkan predikat sebagai Smart City, namun sayang pengelolaan yang dilakukan selama ini terkesan apa adanya tanpa konsep, arah, dan strategi yang jelas. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengkaji ekonomi kreatif di Kabupaten Kendal. Kajian ini merupakan kajian survei. Metode kajian dengan kombinasi kajian metode kuantitatif. Kajian ini melihat dan mengkaji tentang kajian tentang pembangunan ekonomi kreatif di Kabupaten Kendal. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (purposive) yaitu Kabupaten Kendal. Populasi dan sampel dalam kajian ini adalah pelaku UMKM sebanyak 4.957 UMKM yang terdaftar di Data UMKM Kabupaten Kendal tahun 2021 Teknik pengambilan sampel dengan total sampling. Sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan metode survey primer dan sekunder dan metode diskusi dan wawancara. Metode analisis data yaitu analisis data kuantitatif. Hasil kajian ekonomi kreatif di Kabupaten Kendal yaitu dari 17 sub sektor ekonomi kreatif, maka Kabupaten Kendal ada 4 yaitu kuliner, aplikasi, fashion, dan kriya, serta paling banyak sub sektor kuliner sebesar 71,43% dengan jenis kelamin pelaku ekonomi kreatif paling banyak perempuan sebesar 59,01%, dan kategori ekonomi kreatif paling banyak pelaku/perorangan sebesar 97,73%.*

PENDAHULUAN

Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) memberikan efek yang besar terhadap pelaku usaha, baik usaha besar maupun usaha mikro, kecil, hingga menengah. Kebijakan pembatasan sosial berskala besar membuat aktivitas ekonomi domestik berjalan tidak normal dan diproyeksikan akan terus memburuk hingga akhir tahun 2020. Pelaku usaha yang bertahan adalah para pelaku ekonomi kreatif yang memanfaatkan teknologi dan jeli melihat peluang membuat produk yang relevan dengan kebutuhan konsumen di saat pandemi. Model ekonomi kreatif yang tumbuh berkembang menginspirasi pelaku-pelaku usaha yang selama ini sebatas mengadopsi pola bisnis konvensional untuk ikut berinovasi dan secara perlahan saling terhubung satu sama lain

melampaui pertukaran pasar yang selama ini kita ketahui.

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, memperkuat kedudukan ekonomi kreatif di Tingkat Kabupaten kota. Pasal 6 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 menjelaskan ada dua pelaku ekonomi kreatif pertama pelaku kreasi dan kedua pengelola kekayaan intelektual. Selanjutnya pasal 7 menjelaskan Pemerintah daerah memiliki kewajiban dalam pengembangan kapasitas pelaku ekonomi kreatif melalui a. pelatihan, pembimbingan teknis, dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial Pelaku Ekonomi Kreatif; b. dukungan fasilitasi untuk menghadapi perkembangan teknologi di dunia usaha; dan c. standardisasi usaha dan sertifikasi profesi bidang Ekonomi Kreatif.

Perwujudan ketahanan ekonomi nasional dapat dilakukan melalui beberapa sektor seperti sektor minyak dan gas, pertanian, industri, kelautan, pariwisata, dan sektor-sektor lainnya. Salah satu sektor yang mendukung ketahanan ekonomi dari sisi ekonomi kreatif adalah sektor pariwisata yang dapat memberikan kontribusi disaat terjadi kelesuan perekonomian. Ekonomi kreatif telah berhasil menaikkan ketahanan ekonomi nasional, karena telah membantu menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat menyerap tenaga kerja dengan menghasilkan produk-produk yang kreatif (Marlinah, 2017).

Ekonomi kreatif saat ini menjadi salah satu trend solusi dalam menghadapi tingkat persaingan yang ketat dan kompetitif (Dwihantoro & Lokantara, 2018). Khristianto (2012) menyatakan bahwa tingkat ekonomi Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam lingkup ekonomi kreatif. Salah satunya diakibatkan oleh adanya perkembangan teknologi informasi sehingga membuat peluang dan pengembangan ekonomi kreatif menjadi lebih cepat. Tumbuhnya ekonomi kreatif di Indonesia disebabkan adanya krisis global yang berkepanjangan sehingga memunculkan semangat yang lebih dalam menciptakan, mengkreasikan, dan menginovasikan sesuatu dalam menciptakan ide-ide dan karya-karya yang baru. Menurut Howkins (2003) sebuah konsep di era ekonomi baru yang menintensifkan informasi dan kereativitas dengan mengandalakan ide dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai factor produksi yang utama. Berdasarkan hal tersebut subsektor dalam industri kreatif berpotensi untuk dikembangkan, karena terdapat banyak sumberdaya insani kreatif dan kekayaan aneka budaya yang khususnya yang ada di Indonesia.

Pembangunan ekonomi di era modern saat ini mulai menjadi bahasan yang menarik. Upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, wacana yang sering dibicarakan adalah penggunaan konsep ekonomi kreatif (Prayogi, 2019). Berubahnya peta perekonomian global menempatkan kreatifitas menjadi modal utama dalam menghadapi tantangan global (Rini & Czafrani, 2010). Dalam konteks globalisasi, daya saing merupakan kunci utama untuk bisa sukses dan bertahan. Daya saing ini muncul tidak hanya dalam bentuk produk dalam jumlah banyak namun juga berkualitas. Kualitas produk tersebut dapat diperoleh melalui pencitraan ataupun menciptakan produk-produk inovatif yang berbeda dari wilayah lainnya, sehingga diperlukan kreativitas yang tinggi untuk dapat menciptakan produk-produk inovatif dan berdaya saing secara global. Berangkat dari poin inilah, ekonomi kreatif menemukan eksistensinya dan berkembang (Shofa & Nugroho, 2018).

Ekonomi kreatif merupakan suatu perwujudan dan keinginan untuk jangka waktu yang panjang dan berkelanjutan dengan mengandalkan kreativitas sehingga mampu mengandalkan sumber daya yang ada dengan mengharapakan ide, talenta dan kreativitas. Sektor ekonomi kreatif memperlihatkan kinerja yang semakin membaik. Pada 2015, kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp. 852 triliun, tahun 2016 naik mencapai Rp. 922,59 triliun, tahun 2017 meningkat menjadi Rp. 1.009 triliun, tahun 2018 naik mencapai Rp. 1.105

triliun, dan tahun 2019 naik mencapai Rp. 1.211 triliun. Kinerja ekonomi kreatif cukup mengembirakan, nilai PDB atas harga berlaku pada 2010 Rp. 473 triliun dan meningkat menjadi Rp. 15.434 triliun pada 2021 (Badan Pusat Statistik (BPS), 2021). BPS mencatat, ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 922 triliun, atau sekitar 7,44% terhadap perekonomian nasional di tahun 2016. Sampai tahun 2019, angka ini diperkirakan terus tumbuh signifikan.

Pada tahun 2018, PDB Ekraf diperkirakan sudah mencapai lebih dari seribu triliun rupiah. Angka ini akan terus meningkat hingga di atas 1,2 ribu triliun pada 2019. Tren pertumbuhan tenaga kerja ekraf Indonesia dalam 4 tahun terakhir. Pada tahun 2014 sebanyak 15,46 juta, tahun 2015 meningkat sebanyak 16,06 juta, tahun 2016 naik menjadi 16,91 juta, dan tahun 2017 meningkat lagi sebanyak 17,45 juta (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2019b). Kontribusi ini menempatkan sektor ekonomi kreatif di peringkat ketujuh dari 10 sektor ekonomi dengan persentase mencapai 7,05%. Sektor ekonomi kreatif sendiri mengalami peningkatan 10,9% dimana pada tahun 2012 silam, kontribusi yang diberikan sebesar 578.760,6 miliar rupiah (Susilo, 2017). Capaian Indikator Kinerja Utama Badan Ekonomi Kreatif sebagaimana tersebut di atas, dapat disimpulkan 1) Pertumbuhan PDB ekonomi kreatif meningkat, 2) Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif meningkat, dan 3) Nilai ekspor ekonomi kreatif meningkat. Hal ini didukung pula adanya evaluasi internal Badan Ekonomi Kreatif melalui kegiatan pemantauan dan evaluasi terhadap program kegiatan Bekraf yang telah dilaksanakan dari tahun 2016 sampai dengan 2019 (Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), 2020)..

Pengarusutamaan ekonomi kreatif sebagai tulang punggung perekonomian daerah merupakan pilihan yang tepat. Di tahun 2019, 16 subsektor ekonomi kreatif terbukti memberi kontribusi besar dalam perekonomian tanah air. Berdasarkan data yang dihimpun, ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 11.5 triliun rupiah terhadap PDB nasional dan menyerap tenaga kerja hingga 17 juta orang di tahun 2019, yang membuat Indonesia berada di posisi ketiga setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan dalam jumlah kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB negara (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2019b). Peran ekonomi kreatif dalam menopang ekonomi suatu negara juga sudah mendapat pengakuan dari PBB dengan menyetujui tahun 2021 sebagai *International Year of Creative Economy for Sustainable Development*. Pengakuan dunia akan peran ekonomi kreatif tentunya menjadi keuntungan untuk Indonesia. Bappenas memprediksi Indonesia pada tahun 2030-2040 mengalami masa bonus demografi, yakni jumlah penduduk usia produktif (berusia 15-64 tahun) lebih besar dibandingkan penduduk usia tidak produktif. Agar Indonesia mampu memetik manfaat dari bonus demografi, ketersediaan sumber daya perlu dibarengi juga dengan persiapan untuk mengembangkan bibit unggul enterpreneur ekonomi digital, khususnya untuk anak muda milenial saat ini yang di 10 tahun mendatang dituntut untuk memiliki keterampilan yang berdaya saing dalam menghadapi persaingan global di era revolusi industri 4.0.

Dalam hal tersebut sebenarnya sudah jelas bahwa ekonomi kreatif mampu memberikan dampak yang besar terhadap ekonomi. Misalnya pada penurunan tingkat pengangguran di daerah maupun negara, meningkatkan pendapatan PDB, memberikan ladang berproses bagi masyarakat sekitar dalam partisipasi kegiatan di bidang ekonomi, meningkatkan taraf hidup masyarakat, meningkatkan pengembangan kreativitas pemuda-pemuda dalam pengeksploitasi kelebihannya terhadap ide kreatif yang dimiliki. Ekonomi kreatif adalah bagian dari aktualisasi kegiatan ekonomi yang secara penuh terdapat unsur kreativitas serta dapat dijadikan bagian dari suatu budaya, peninggalan budaya, dan juga menjadi rujukan iklim lingkungan di masa yang akan datang (Prayogi, 2019).

Kendal adalah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah (Rokhyadi et al.,

2017; Mistriani & Setyaningrum, 2021). Pengembangan potensi ekonomi Kabupaten Kendal dan potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian, terutama dalam menurunkan tingkat kemiskinan dan pengangguran di Jawa Tengah. Menurut Badan Pendapatan Daerah (Bappeda) Provinsi Jawa Tengah Kabupaten Kendal memiliki angka pengangguran cukup tinggi, yakni 6%. Ini lebih besar dari angka pengangguran Jawa Tengah, yakni 4,5% (Musyawarah Rencana Pembangunan (Musrenbang), 2019). Sebaran pelaku ekonomi kreatif *Bekraf Information System in Mobile Application* (BISMA) Jawa Tengah dengan total berdasarkan Kota/Kabupaten dimana Kabupaten Kendal sebesar 1,98% (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2019a). Bisma merupakan platform aplikasi yang dikembangkan oleh Badan Ekonomi Kreatif untuk menjaring data pelaku ekraf di seluruh Indonesia. Penduduk di usia produktif dapat diarahkan menjadi orang kreatif yang berkualitas untuk mendorong perkembangan ekonomi kreatif.

Kabupaten Kendal memiliki posisi yang strategis di pantai utara Pulau Jawa telah membawa dampak positif bagi perekonomian setempat. Sumber daya alam yang berlimpah bidang pertanian, perikanan, kerajinan, dan pariwisata menjadikan Kabupaten Kendal berpotensi sebagai wilayah bisnis di masa depan. Selain itu, potensi-potensi unggulan daerah juga mulai dikenal masyarakat luar. Beberapa potensi daerahnya meliputi ikan bandeng, kerupuk petis, batik tulis, produksi holtikultura, buah-buahan, dan juga kerajinan. Banyaknya potensi lokal yang ada di Kendal saat ini belum diimbangi dengan kreativitas masyarakat untuk mengelola potensi tersebut menjadi sebuah produk industri olahan yang pada nantinya bermanfaat untuk menghasilkan brand produk lokal. Minimnya program-program pemberdayaan dari pemerintah daerah Kendal dan kurangnya sosialisasi terkait pengembangan brand lokal menyebabkan produk kreatif khas Kota Kendal susah bersaing di pasaran. Salah satu aspek mendasar yang perlu dipersiapkan untuk mewujudkan keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif kabupaten/kota adalah adanya lingkungan dan suasana kondusif yang mendorong tumbuh kembangnya kegiatan ekonomi kreatif di kabupaten/kota tersebut (Rahayuningsih et al., 2021).

Program Smart City yang ada di Kabupaten Kendal telah dimulai sejak tahun 2018, yang menunjukkan bahwa Kendal terpilih menjadi salah satu daerah percontohan atas implementasi Smart City bagi Kabupaten/Kota dalam gerakan menuju 100 Kota Smart City. Smart city merupakan konsep kota cerdas yang dirancang guna membantu berbagai hal kegiatan masyarakat, terutama dalam upaya mengelola sumber daya yang ada dengan efisien, serta memberikan kemudahan mengakses informasi kepada masyarakat, hingga untuk mengantisipasi kejadian yang tak terduga sebelumnya.

Peningkatan jumlah dan kualitas orang kreatif dipengaruhi oleh 2 aspek utama, yaitu pendidikan kreatif dan peningkatan kapasitas tenaga kerja (Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), 2019; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenperaf), 2019). Ekonomi kreatif diyakini mampu menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah nasional, yaitu: (1) tingginya kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (rata-rata 7,28 persen per tahun); (2) penyerapan tenaga kerja di tengah tingginya pengangguran (7,75 persen), dan (3) peran aktif dalam perdagangan internasional (Primadona, 2017).

Kabupaten Kendal termasuk salah satu kabupaten yang mulai menggeliat dengan mengarusutamakan ekonomi kreatif sebagai akselerator pengungkit daya saing daerah. Nilai tambah kekayaan budaya yang sarat nilai-nilai luhur ditopang dengan potensi bentang alam yang beragam, membutuhkan pengelolaan yang tepat agar dapat menjadi inovasi unggulan dan berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi daerah. Kegiatan pengelolaan sumber daya alam merupakan bagian tak terpisahkan dari program jangka panjang pembangunan daerah agar dapat

berdaya saing dan berdampak bagi kesejahteraan masyarakat. Kemakmuran yang menjadi tujuan akhir pembangunan daerah sudah saatnya dicapai melalui daya saing yang dicirikan oleh produktivitas jangka panjang, sedangkan produktivitas harus dicapai melalui kapasitas inovatif yang tinggi. Sumber-sumber kemakmuran yang selama ini mengandalkan input tradisional sebagai bagian dari keunggulan komparatif, sudah saatnya mengadopsi kemampuan teknologi agar dapat memantik terbentuknya klaster industri kreatif di Kabupaten Kendal. Dengan demikian, berbagai entitas dalam hexahelix (pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas kreatif, media, dan masyarakat atau pengguna akhir) perlu saling berkoordinasi secara partisipatif agar dapat tercipta nilai-nilai produktif yang mampu mempercepat tumbuhkembangnya ekonomi kreatif di Kabupaten Kendal.

Tentunya karakteristik industri kreatif yang tumbuh berkembang saat ini perlu ditemukeni sehingga dapat disusun agenda adopsi, adaptasi, dan pengembangannya sesuai dengan konteks lokal di Kabupaten Kendal. Lain di kota, lain pula di desa. Model mitigasi dampak Covid-19 tidak bisa disamaratakan di semua daerah, terutama di daerah perdesaan. Krisis memicu kreativitas. Kuncinya adalah inovasi. Potensi Kabupaten Kendal menjadi modal dasar yang kuat untuk menetapkan kebijakan-kebijakan yang strategis dan berkualitas. Pengertian ini dapat diperoleh dari data-data mengenai kondisi geografis, bidang pemerintahan, bidang kependudukan, bidang sosial, bidang pertanian, bidang industri, bidang perdagangan, bidang perhubungan, bidang pariwisata, serta bidang keuangan dan Poduk Domestik Regional Bruto. Tantangan terbesar bagi masyarakat Kabupaten Kendal adalah bagaimana menumbuhkan ekonomi kreatif di Kabupaten Kendal sendiri. Kajian ini akan mendapatkan deskripsi mendalam tentang ekonomi ekonomi Kabupaten Kendal kreatif dalam mengemas pesan yang informatif dan mengandung identitas lokal.

Bagi Pemerintah Kabupaten Kendal merupakan hal yang tepat untuk memberikan perhatian serius terhadap upaya-upaya penumbuhan industri kreatif sejak dini sebagai bentuk prakarsa investasi jangka panjang bagi perkembangan daerah. Tumbuhnya industri kreatif akan berkontribusi dalam potensi dan keunggulan daerah dan penumbuhan 1.000 wirausaha baru sesuai dengan target di visi misi Bupati dan Wakil Bupati Kendal untuk mendorong kemandirian ekonomi daerah, meningkatkan kesejahteraan, mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan, penguatan Industri Kecil dan Menengah/UMKM, pengembangan pariwisata serta mendorong berkembangnya ekonomi kreatif (*start up*).

Dengan demikian hasil kajian ini dapat diseminasikan kepada masyarakat dan menjadi langkah jitu dalam mem-*branding* perkembangan ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten/kota sehingga publik akhirnya dapat mengetahui *best practice* dan perkembangan ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten/kota di Indonesia (Wiradharma et al., 2021). Untuk itu perlu dilakukan kajian terkait pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Kendal.

METODE PENELITIAN

Metode Kajian

Kajian ini merupakan kajian survei dengan mengidentifikasi 16 jenis kelompok ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Kendal. Metode kajian dengan kuantitatif. Kajian ini melihat dan mengkaji tentang kajian tentang pembangunan ekonomi kreatif di Kabupaten Kendal.

Tempat Kajian

Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu Kabupaten Kendal. Pengkaji menganalisis berbagai fakta mengenai pembangunan ekonomi kreatif di Kabupaten Kendal.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel Kajian

Populasi dalam kajian ini adalah pelaku UMKM sebanyak 4.957 UMKM yang terdaftar di Data UMKM Kabupaten Kendal tahun 2021 (Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kendal, 2021) dan pelaku ekonomi kreatif Kabupaten Kendal. Sampel sebanyak 4.957 UMKM dan pelaku ekonomi kreatif sebanyak 44 orang. Teknik pengambilan sampel dengan *total sampling*.

Sumber Data

1. Sumber data primer antara lain kondisi fisik di Dinas/Instansi dan pihak-pihak yang terkait di dalamnya.
2. Sumber data sekunder antara lain Peraturan Perundang-Undangan dan data dari dinas terkait dan instansi terkait.

Metode Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan pekerjaan penyusunan dokumen Kerjasama dengan Pihak ke-3 kaitannya dengan Kajian Tentang Pembangunan Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Kendal, metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

1. Metode survei data
 - a. Survey Primer
 - 1) Identifikasi permasalahan kondisi fisik di Dinas/Instansi.
 - 2) Wawancara secara langsung dan penyebaran angket-angket daftar pertanyaan atau kuesioner kepada pihak-pihak yang terkait di dalamnya.
 - b. Survey Sekunder
 - 1) Kajian Peraturan Perundang-Undangan.
 - 2) Data dari dinas terkait dan instansi terkait.

2. Metode diskusi dan wawancara

Diskusi ini bertujuan untuk memantapkan hasil yang berhasil diraih melalui metode seperti dinyatakan pada di atas.

Metode Analisis Data

Analisis data kuantitatif yaitu metode metode yang digunakan untuk menganalisis data-data yang bersifat kuantitatif yang digambarkan dengan angka-angka menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Metode ini digunakan untuk menganalisis data dengan tabulasi dan analisis data kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Pelaku UMKM Kabupaten Kendal

- a. Usia, Jenis Kelamin, dan Status Marital

Tabel 1 Distribusi Karakteristik Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin, dan Status Marital

NO	KECAMATAN	Usia				Jenis Kelamin			Status Marital			
		< 25	25-35	>35	Jumlah	Laki-laki	Wanita	Jumlah	Menikah	Single	Janda/Duda	Jumlah
1	Boja	1.7%	15.6%	82.8%	100.0%	18%	82%	100%	91%	2%	8%	100%
2	Liribangan	2.4%	18.5%	79.0%	100.0%	29%	71%	100%	86%	4%	10%	100%
3	Panlungan	3.3%	18.8%	77.9%	100.0%	42%	58%	100%	85%	5%	9%	100%
4	Kaliwungu	3.2%	18.3%	78.4%	100.0%	33%	67%	100%	94%	1%	5%	100%
5	Kaliwungu Selatan	2.5%	20.2%	77.3%	100.0%	29%	71%	100%	92%	2%	6%	100%
6	Pegandon	1.5%	22.1%	76.4%	100.0%	40%	60%	100%	91%	3%	6%	100%
TOTAL		2.5%	18.8%	78.9%	100.0%	31.3%	68.7%	100.0%	90.4%	2.8%	7.0%	100.0%

Sumber: Data UMKM Kabupaten Kendal (2021)

Berdasarkan tabel 1 di atas, usia pelaku UMKM Kabupaten Kendal paling banyak usia > 35 tahun sebesar 78,9%, jenis kelamin paling banyak wanita sebesar 68,7%, dan status marital paling banyak menikah sebesar 90,4%.

- b. Pendidikan Terakhir dan Asal (Tempat Tinggal)

Tabel 2 Distribusi Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Asal (Tempat Tinggal)

NO	KECAMATAN	Pendidikan Terakhir					Asal (Tempat tinggal)			
		SD	SMP	SMA	PT	Tidak Sekolah	Jumlah	Kendal	Luar Kendal	Jumlah
1	Boja	35%	36%	21%	4%	4%	100%	81%	19%	100%
2	Limbangan	62%	19%	15%	2%	1%	100%	88%	12%	100%
3	Plantungan	51%	20%	10%	2%	16%	100%	94%	6%	100%
4	Kaliwungu	38%	18%	36%	5%	2%	100%	85%	15%	100%
5	Kaliwungu Selatan	40%	21%	32%	3%	4%	100%	76%	24%	100%
6	Pegandon	43%	25%	28%	3%	0%	100%	95%	5%	100%
	Jumlah	45%	24%	22%	3%	5%	100%	87%	13%	100%

Sumber: Data UMKM Kabupaten Kendal (2021)

Berdasarkan tabel 2 di atas, pendidikan terakhir pelaku UMKM Kabupaten Kendal paling banyak SD sebesar 45% dan asal (tempat tinggal) paling banyak di Kendal sebesar 87%.

c. Produk Utama

Tabel 3 Distribusi Karakteristik Berdasarkan Produk Utama

NO	KECAMATAN	Produk Utama							Jumlah	
		Sembako	Bahan makanan	Kuliner	Snack dan makanan ringan	Handycraft	Pakaian dan Aparel	Bahan & kelengkapan Bangunan		Jasa
1	Boja	14.8%	13.9%	21.8%	24.2%	4.0%	9.1%	1.6%	10.6%	100%
2	Limbangan	14.9%	43.0%	18.0%	4.0%	3.7%	2.8%	1.1%	12.4%	100%
3	Plantungan	16.9%	23.8%	13.9%	19.7%	0.9%	3.6%	6.7%	12.5%	100%
4	Kaliwungu	23.9%	9.4%	22.0%	16.2%	2.3%	4.8%	0.2%	21.3%	100%
5	Kaliwungu Selatan	34.3%	14.0%	25.4%	9.9%	0.7%	3.7%	0.8%	11.2%	100%
6	Pegandon	13.1%	27.1%	18.8%	14.2%	1.5%	6.3%	4.4%	14.6%	100%
	Jumlah	19.9%	21.9%	19.7%	15.2%	2.2%	5.1%	2.6%	13.3%	100%

Sumber: Data UMKM Kabupaten Kendal (2021)

Berdasarkan tabel 3, produk utama pelaku UMKM Kabupaten Kendal paling banyak sembako sebesar 19,9%.

d. Jumlah Tenaga Kerja

Tabel 4 Distribusi Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

NO	KECAMATAN	Jumlah UMKM dgn TK				Jenis Kelamin		
		<5	5-10	>10	Jumlah	Laki laki	Wanita	Jumlah
1	Boja	98%	2%	0%	100%	30%	70%	100%
2	Limbangan	99%	1%	0%	100%	42%	58%	100%
3	Plantungan	99%	1%	0%	100%	49%	51%	100%
4	Kaliwungu	98%	2%	0%	100%	39%	61%	100%
5	Kaliwungu Selatan	99%	1%	0%	100%	34%	66%	100%
6	Pegandon	99%	1%	0%	100%	41%	59%	100%
	Jumlah	98%	1%	0%	100%	39%	61%	100%

Sumber: Data UMKM Kabupaten Kendal (2021)

Berdasarkan tabel 4, jumlah tenaga kerja pelaku UMKM Kabupaten Kendal paling banyak < 5 orang sebesar 98% dan jenis kelamin tenaga kerja paling banyak wanita sebesar 61%.

e. NPWP dan Perijinan

Tabel 5 Distribusi Karakteristik Berdasarkan NPWP dan Perijinan

NO	KECAMATAN	NPWP			PERIJINAN					
		Ada	Tidak Ada	Jumlah	SIUPIUMK	PIRT	HAKI	Halal	Blm Berjin	Jumlah
1	Boja	1.0%	99.0%	100%	9.5%	0.9%	0.0%	0.0%	89.5%	100.0%
2	Limbangan	1.3%	98.7%	100%	16.1%	0.6%	0.6%	0.0%	82.7%	100.0%
3	Plantungan	0.0%	100.0%	100%	0.8%	0.2%	0.0%	0.1%	98.9%	100.0%
4	Kaliwungu	1.4%	98.6%	100%	3.2%	0.5%	0.0%	0.3%	96.0%	100.0%
5	Kaliwungu Selatan	0.5%	99.5%	100%	4.8%	0.4%	0.0%	0.1%	94.7%	100.0%
6	Pegandon	0.4%	99.6%	100%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	98.8%	100.0%
	Jumlah	0.8%	99.2%	100%	6.2%	0.5%	0.1%	0.1%	93.1%	100.0%

Sumber: Data UMKM Kabupaten Kendal (2021)

Berdasarkan tabel 5, NPWP pelaku UMKM Kabupaten Kendal paling banyak tidak ada NPWP sebesar 99,2% dan perijinan paling banyak belum berijin sebesar 93,1%.

f. Kredit Usaha dan Lembaga Keuangan

Tabel 6 Distribusi Karakteristik Berdasarkan Kredit Usaha dan Lembaga Keuangan

NO	KECAMATAN	KREDIT USAHA												
		KLASIFIKASI PINJAMAN KREDIT						LEMBAGA KEUANGAN						
		Tidak Kredit	Kredit	Jumlah	<3 juta	5-10 juta	10-20 juta	>20 juta	Bank Swasta/BUMN	Koperasi	PNP/	Lain2	Jumlah	
1	Boja	66%	34%	100%	34%	37%	6%	23%	4%	27%	12%	54%	2%	100%
2	Limbangan	91%	9%	100%	37%	38%	17%	28%	7%	58%	9%	25%	0%	100%
3	Plantungan	77%	23%	100%	29%	28%	20%	24%	0%	65%	10%	25%	0%	100%
4	Kaliwungu	88%	12%	100%	37%	22%	13%	29%	0%	73%	27%	0%	0%	100%
5	Kaliwungu-Selatan	69%	31%	100%	29%	18%	25%	39%	3%	72%	14%	11%	0%	100%
6	Pegandon	98%	2%	100%	38%	38%	13%	11%	0%	63%	0%	36%	0%	100%
	Jumlah	80%	20%	100%	30%	27%	16%	27%	2%	54%	13%	29%	2%	100%

Sumber: Data UMKM Kabupaten Kendal (2021)

Berdasarkan tabel 6, kredit usaha pelaku UMKM Kabupaten Kendal paling banyak tidak kredit sebesar 80% dan lembaga keuangan paling banyak Bank Swasta/BUMN sebesar 54%.

g. Modal dan Omset

Tabel 7 Distribusi Karakteristik Berdasarkan Modal dan Omset

NO	KECAMATAN	MODAL (juta)				OMZET (juta/tahun)					
		<5	5-10	>10	Jumlah	<10	10-30	31-60	61-100	>100	Jumlah
1	Boja	73%	18%	9%	100%	7%	23%	18%	18%	34%	100%
2	Kaliwungu	67%	23%	10%	100%	13%	37%	29%	10%	11%	100%
3	Kaliwungu Selatan	65%	19%	11%	100%	6%	24%	21%	15%	34%	100%
4	Limbangan	71%	20%	9%	100%	11%	59%	24%	3%	3%	100%
5	Pegandon	71%	21%	8%	100%	5%	64%	19%	5%	7%	100%
6	Plantungan	74%	19%	7%	100%	9%	71%	14%	4%	2%	100%
	Jumlah	71%	20%	9%	100%	9%	46%	20%	9%	16%	100%

Sumber: Data UMKM Kabupaten Kendal (2021)

Berdasarkan tabel 7, modal pelaku UMKM Kabupaten Kendal paling banyak < 5 juta sebesar 71% dan omset paling banyak 10-30 juta/tahun sebesar 46%.

h. Cara Pemasaran

Tabel 8 Distribusi Karakteristik Berdasarkan Cara Pemasaran

NO	KECAMATAN	CARA PEMASARAN								
		Di rumah	Keiling	Di jual langsung	Titip Jual	Online	Tengkulak	Diambil	Lain-Lain	Jumlah
1	Boja	1%	8%	65%	9%	2%	4%	9%	1%	100%
2	Limbangan	32%	3%	34%	1%	1%	0%	26%	2%	100%
3	Plantungan	3%	6%	79%	6%	1%	6%	0%	0%	100%
4	Kaliwungu	0%	0%	95%	1%	3%	0%	0%	0%	100%
5	Kaliwungu Selatan	10%	5%	53%	1%	1%	0%	31%	0%	100%
6	Pegandon	15%	7%	64%	13%	0%	1%	0%	1%	100%
	Jumlah	10%	5%	65%	5%	1%	2%	11%	1%	100%

Sumber: Data UMKM Kabupaten Kendal (2021)

Berdasarkan tabel 8, cara pemasaran pelaku UMKM Kabupaten Kendal paling banyak dijual langsung sebesar 65%.

i. Skala Pemasaran

Tabel 9 Distribusi Karakteristik Berdasarkan Skala Pemasaran

NO	KECAMATAN	Skala Pemasaran					Jumlah
		Local desa	Kecamatan	Kabupaten	Provinsi	Lain-Lain	
1	Boja	54%	36%	9%	1%	0%	100%
2	Limbangan	87%	7%	4%	1%	0%	100%
3	Plantungan	68%	25%	6%	1%	0%	100%
4	Kaliwungu	2%	87%	8%	2%	0%	100%
5	Kaliwungu Selatan	38%	60%	1%	0%	1%	100%
6	Pegandon	64%	33%	2%	0%	0%	100%
Jumlah		54%	39%	6%	1%	0%	100%

Sumber: Data UMKM Kabupaten Kendal (2021)

Berdasarkan tabel 9, skala pemasaran pelaku UMKM Kabupaten Kendal paling banyak lokal sebesar 54%.

2. Karakteristik Pelaku Ekonomi Kreatif Kabupaten Kendal

a. Jenis Kelamin

Tabel 10 Distribusi Karakteristik Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	18	40,91
2	Perempuan	26	59,09
	Total	44	100,0

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Jawa Tengah (2021)

Berdasarkan tabel 10, jenis kelamin pelaku ekonomi kreatif Kabupaten Kendal paling banyak perempuan sebesar 59,01%.

b. Kategori Ekonomi Kreatif

Tabel 11 Distribusi Karakteristik Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Kategori Ekonomi Kreatif

No	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelaku/Perorangan	43	97,73
2	Komunitas	1	2,27
	Total	44	100,0

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Jawa Tengah (2021)

Berdasarkan tabel 11, kategori ekonomi kreatif Kabupaten Kendal paling banyak pelaku/perorangan sebesar 97,73%.

c. Sub Sektor Ekonomi Kreatif

Tabel 12 Distribusi Karakteristik Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Sub Sektor Ekonomi Kreatif

No	Sub Sektor	Jumlah	Persentase (%)
1	Musik	0	0,0
2	Kuliner	30	71,43
3	Film, Animasi, dan Video	0	0,0
4	Aplikasi	1	2,38
5	Arsitektur	0	0,0
6	Desain Produk	0	0,0
7	Desain Interior	0	0,0
8	Fotografi	0	0,0

9	Periklanan	0	0,0
10	Desain Komunikasi Visual	0	0,0
11	Fashion	1	2,38
12	Kriya	10	23,81
13	Penerbitan	0	0,0
14	Seni Pertunjukan	0	0,0
15	Seni Rupa	0	0,0
16	Televisi dan Radio	0	0,0
17	Game	0	0,0
	Total	42	100,0

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Jawa Tengah (2021)

Berdasarkan tabel 12, dari 17 sub sektor ekonomi kreatif, maka Kabupaten Kendal ada 4 yaitu kuliner, aplikasi, fashion, dan kriya, serta paling banyak sub sektor kuliner sebesar 71,43%.

Pembahasan

Mewujudkan Kendal Mandiri melalui ekonomi kerakyatan dan penurunan kemiskinan juga perlu memperhatikan peningkatan kualitas pelayanan investasi daerah dan penciptaan lapangan kerja untuk mengurangi pengangguran. Peningkatan kualitas pelayanan ekonomi kreatif dilakukan melalui penguatan kebijakan/regulasi yang pro ekonomi kreatif. Peningkatan kualitas pelayanan investasi di Kabupaten Kendal diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja yang cukup signifikan dalam mengurangi pengangguran yang dapat dilakukan melalui penguatan kebijakan/regulasi yang pro investasi, peningkatan kualitas tenaga kerja yang memiliki kompetensi tinggi serta peningkatan dan perluasan kesempatan kerja. Dalam upaya meningkatkan ekonomi kreatif, di Kabupaten Kendal perlu juga menjaga kondusifitas daerah dan perbaikan tata kelola pemerintahan agar pelaku ekonomi kreatif yang melakukan ide kreatif merasa nyaman.

Data pelaku UMKM Kabupaten diambil yang paling banyak atau dominan yaitu usia > 35 tahun sebesar 78,9%. Jenis kelamin wanita sebesar 68,7%. Status marital menikah sebesar 90,4%. Pendidikan terakhir didominasi SD sebesar 45%. Asal (tempat tinggal) di Kendal sebesar 87%. Produk utama sembako sebesar 19,9%. Jumlah tenaga kerja < 5 orang sebesar 98%. Jenis kelamin tenaga kerja wanita sebesar 61%. Tidak ada NPWP sebesar 99,2%. Perijinan belum berijin sebesar 93,1%. Kredit usaha tidak kredit sebesar 80%. Lembaga keuangan Bank Swasta/BUMN sebesar 54%. Modal < 5 juta sebesar 71%. Omset 10-30 juta/tahun sebesar 46%. Cara pemasaran dijual langsung sebesar 65%. Skala pemasaran lokal sebesar 54%.

Dari 17 sub sektor ekonomi kreatif, maka Kabupaten Kendal ada 4 yaitu kuliner, aplikasi, fashion, dan kriya, serta paling banyak sub sektor kuliner sebesar 71,43% dengan jenis kelamin pelaku ekonomi kreatif paling banyak perempuan sebesar 59,01%, dan kategori ekonomi kreatif paling banyak pelaku/perorangan sebesar 97,73%.

Industri ekonomi kreatif di wilayah Kabupaten kendal berkembang pada kisaran tahun 2016. Dengan semakin berkembangnya ekonomi kreatif di berbagai sektor akan menunjang pertumbuhan industri kecil atau rumah tangga hingga industri menengah. Dengan adanya program *Smart City* di Kabupaten Kendal, ekonomi kreatif bisa terdorong maju karena menggunakan sarana yang sama yakni on line atau daring dalam jaringan internet. Tujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi berbasis potensi sumber daya alam merupakan bagian dari misi kedua yaitu "Meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam,

memberdayakan usaha ekonomi kecil menengah yang berbasis kerakyatan, dan perluasan lapangan kerja termasuk pengembangan ekonomi kreatif berbasis pariwisata dan kearifan lokal”.

Mengacu kepada analisis RPJMD yang sengaja dikaitkan langsung dengan pendekatan dan indikator *smart-city*, terlihat bahwa: (Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan (Baperlitbang) Kabupaten Kendal, 2017)

1. Belum semua indikator smart-city standard telah terfikirkan dalam visi, misi, strategi dan program kerja.
2. Terdapat 2 aspek yang belum tersentuh dan terdefinisi, yaitu Integrated ICT (penerapan teknologi TIK secara terpadu) dan Embrace creativity (pengembangan SDM kreatif).
3. Ada aspek lain yang telah mulai tersentuh, tetapi belum merupakan prioritas, seperti *smart-mobility, clean & non-motorized option*, dan *21st century education*.
4. Selain itu hampir semua KPI dari adalah KPI hasil yang hanya bersifat pelaporan (berhubungan dengan %, biaya, index, rasio, biaya, durasi, intensitas, dll.) dan tidak dilengkapi dengan mekanisme analitis yang berkesinambungan.

Sektor pariwisata merupakan kegiatan yang memiliki keterkaitan dan melibatkan beberapa sektor ekonomi lainnya, misalnya sektor kehutanan, sektor kelautan, pertanian dan perkebunan, sektor industri dan perdagangan, telekomunikasi serta sektor perhubungan. Oleh karena itu, arah kebijakan pembangunan dan pengembangan pariwisata memiliki paradigma dalam rencana pembangunan dan pengembangannya. Tujuan pembangunan dan pengembangan kepariwisataan kabupaten Kendal dilaksanakan dengan berdasarkan prinsip pembangunan kepariwisataan yang senantiasa menjunjung tinggi norma agama, nilai budaya, dan kearifan lokal secara berkelanjutan, serta dengan orientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat secara luas, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, dan pelestarian alam dan lingkungan hidup, serta memperkaya dan mempercantik sumber daya alam. Adapun sasaran dari tujuan meningkatnya pertumbuhan ekonomi sektor pariwisata adalah Meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Kendal mencapai sebesar 5 persen tiap tahun sampai tahun 2021 dan PAD sektor pariwisata meningkat mencapai Rp. 2.166.641,- pada tahun 2021.

Terdapat 2 Desa Wisata di Kabupaten Kendal lolos ke 300 besar setelah melewati serangkaian tahap kurasi, berdasarkan penilaian dari dewan kurator terhadap 7 kategori penilaian, klasifikasi dan kelengkapan data yang ada di laman jadesta.com. Dua desa wisata tersebut adalah Desa Wisata Gondang di Kecamatan Limbangan dan Desa Wisata Bendosari di Kecamatan Plantungan. Kedua desa wisata tersebut lolos 300 besar setelah bersaing dengan 1831 desa wisata di seluruh Indonesia, dalam ajang penghargaan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Di sisi lain, terdapat 8 dari 18 obyek wisata yang belum tercatat secara resmi oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (Hanggoro et al., 2017). Salah satu faktornya adalah aksesibilitas jalan yang buruk dan belum adanya perbaikan infrastruktur yang lebih layak dari Pemerintah Kabupaten Kendal.

KESIMPULAN

Dari 17 sub sektor ekonomi kreatif, maka Kabupaten Kendal ada 4 yaitu kuliner, aplikasi, fashion, dan kriya, serta paling banyak sub sektor kuliner sebesar 71,43% dengan jenis kelamin pelaku ekonomi kreatif paling banyak perempuan sebesar 59,01%, dan kategori ekonomi kreatif paling banyak pelaku/perorangan sebesar 97,73%.

Rumusan kebijakan yang diambil dalam Pembangunan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kendal merupakan rekomendasi tidak terikat dari pengkaji sehingga pada dasarnya dapat dilakukan

perubahan-perubahan perbaikan berdasarkan kajian yang lebih mendalam terutama melalui proses penyusunan rumusan kebijakan yang diambil dalam Pembangunan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kendal, antara lain:

1. Penguatan dan pemutakhiran basis data
2. Pembentukan dan pengembangan lembaga pemrakarsa inovasi daerah.
3. Penciptaan wirausaha berbasis pengetahuan dan budaya lokal.
4. Pembentukan layanan inkubasi bisnis.
5. Penumbuhan iklim industri kreatif di Kabupaten Kendal.
6. Membangun sistem inovasi daerah berbasis wisata budaya local.
7. Bahan baku.
8. Penyediaan fasilitas kredit yang mudah diakses.
9. Peningkatan kualitas SDM UMKM.
10. Subsidi pajak.
11. Insentif pendampingan pengurusan Hak Cipta.
12. Fasilitasi Promosi Produk.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). 2020. *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif 2019*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf).
- Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). 2019. *Opus Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Bekraf.
- Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan (Baperlitbang) Kabupaten Kendal. 2017. *Laporan Akhir Strategi Pengembangan Smart City*. Kendal: Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan (Baperlitbang) Kabupaten Kendal.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2021. *Ekonomi Indonesia 2020 Turun sebesar 2,07 Persen*. Jakarta: Badan Pusat Statistik (BPS).
- Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Jawa Tengah. 2021. *Infografis Ekonomi Kreatif Jawa Tengah*. Semarang. <https://ekraf.disporapar.jatengprov.go.id/infografis> 15 November 2021.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kendal. 2021. *UMKM Kabupaten Kendal*. <http://umkm.kendalkab.go.id/> 17 November 2021.
- Dwihantoro, P. & Lokantara, I.G.W. 2018. Konsep “Studio Kreatif” Media Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Kendal. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1): 83–91.
- Hanggoro, W., Subiyanto, S. & Suprayogi, A. 2017. Peta Sebaran Wisata Kabupaten Kendal Berbasis Sistem Informasi Geografis (Studi Kasus Kabupaten Kendal). *Jurnal Geodesi Undip*, 6(4): 35–40.
- Howkins, J. 2003. *The Craetive Economy, How People make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenperaf). 2019. *Salinan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor : PM.35/UM.001/MPEK/2012 Tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012-2014*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenperaf).
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2019a. *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Bekraf.

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2019b. *Opus Creative Economy Outlook (2019)*. Jakarta: Bekraf.
- Khristianto, W. 2012. *Penggunaan Teknologi Informasi di Usaha Kecil dan Menengah*.
- Marlinah, L. 2017. Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Cakrawala*, 17(2): 258–265.
- Mistriani, N. & Setyaningrum, K. 2021. Kajian Potensi Wisata Desa Kartikajaya Kabupaten Kendal Dalam Penyusunan Model Daya Tarik Wisata Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(1): 26–35.
- Musyawah Rencana Pembangunan (Musrenbang). 2019. *Pertumbuhan Ekonomi Kendal Lebih Nasional dan Jawa Tengah*. Semarang: Musrenbang.
- Prayogi, W.N. 2019. Pembangunan Ekowisata Melalui Konsep Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya. *JCIC : Jurnal CIC Lembaga Riset dan Konsultan Sosial*, 1(2): 100–109.
- Primadona. 2017. *Model Kesuksesan Wirausaha dengan Modal Sosial, Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Kerajinan Sulaman, Bordir dan Pertenunan di Sumatera Barat*. Doctoral Thesis. Padang: Universitas Andalas.
- Rahayuningsih, R., Dewi, N.K., Amalia, A.V., Abdullah, M. & Arifin, M.S. 2021. Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Untuk Mendukung Pengembangan Desa Wisata Ngesrepbalong, Kabupaten Kendal. In *Prosiding Semnas Biologi ke-9 Tahun 2021*. Seminar Nasional Biologi. FMIPA Universitas Negeri Semarang: FMIPA Universitas Negeri Semarang: 48–54.
- Rini, P. & Czafrani, S. 2010. Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global. *Jurnal UI Untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora*, 1: 12–24.
- Rokhyadi, A., Subarjo & Almunfarijah. 2017. Peningkatan Kapabilitas Eks Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Desa Pandes dan Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal Melalui Sektor Industri Kecil Ekonomi Kreatif Terbarukan (Green Economic Smes). *Adimas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2): 43–57.
- Shofa, I. & Nugroho, D. 2018. Pertumbuhan dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang. *Jurnal Pangripta*, 1(1): 75–85.
- Susilo, A. 2017. Analisis Perkembangan dan Peran Sektor Ekonomi Kreatif Bagi Perekonomian Indonesia. In *Seminar Nasional Pendidikan 2017*. 168–180.
- Wiradharma, G., Arisanty, M. & Mahmudah, D. 2021. Infografis Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) RI Sebagai Media Diseminasi Informasi dan Branding Ekonomi Kreatif Kabupaten/Kota Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 25(1): 46–60.