

KERJASAMA PEMERINTAH SWASTA DAN PEMUDA DALAM PENGEMBANGAN BATIK MELAYU KUTAI DI KECAMATAN TENGGARONG KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

Liknawan¹, Heryono Susilo Utomo², Fajar Apriani³

¹Magister Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

²Magister Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³Magister Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Alamat Korespondensi: lixawan@gmail.com

Abstract:

This article describes the collaboration between the private sector and youth in the development of Kutai Malay Batik in Tenggarong District, Kutai Kartanegara Regency and looks for supporting and inhibiting factors. Using descriptive qualitative approach method with data collection through observation, documentation, interviews and interactive model data analysis. The results of research findings in the collaboration of the private government and youth in the development of Kutai Malay Batik in Tenggarong District, Kutai Kartanegara Regency gave quite positive results, the overall realization of the collaboration carried out was mutual support and assistance between stakeholders, namely in terms of promotional activities that refer to efforts to introduce, publish, create brand loyalty, events and carry out duties and responsibilities. Supporting factors for the community, tourism awareness groups, government appreciation, communication and mutual trust. Then the inhibiting factor for materials that must be supplied from outside the city makes the selling price of batik more expensive, so that there are still few interested people, there is no special policy regarding the use of Kutai Malay Batik, and the pioneers of batik are still limited.

Abstrak:

Artikel ini menjelaskan kerjasama pemerintah swasta dan pemuda dalam pengembangan batik melayu kutai di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara serta mencari faktor pendukung dan penghambatnya. Menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, wawancara dan analisis data model interaktif. Hasil temuan penelitian dalam kerjasama pemerintah swasta dan pemuda dalam pengembangan batik melayu kutai di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara memberi hasil yang cukup positif, secara keseluruhan realisasi kerjasama yang dilakukan ialah saling mendukung dan membantu antar *stakeholders* yakni dalam hal kegiatan promosi yang mengacu kepada upaya memperkenalkan, mempublikasikan, menciptakan loyalitas merek, *event-event* serta menjalankan tugas dan tanggungjawab. Faktor pendukung masyarakatnya, kelompok sadar wisata, apresiasi pemerintah, komunikasi serta rasa saling percaya. Kemudian faktor penghambat bahan yang harus di *supply* dari luar kota membuat harga jual batik lebih mahal, sehingga peminatnya masih sedikit, belum adanya kebijakan khusus tentang pemakaian batik melayu kutai, serta pelopor batik yang masih terbatas.

Pendahuluan

Indonesia dianugrahi dengan keberagaman suku, budaya, tradisi dan seni Hal tersebut menjadi salah satu keuntungan bagi Indonesia dalam menciptakan dan menggunakan potensi budaya yang dimiliki sebagai ciri khas yang tidak dimiliki oleh negara lain.

Kebudayaan memiliki ragam khas dalam mengekspresikan hasil buah pikir manusia. Perspektif mengenai budaya telah banyak dikaji dengan diimplementasikan melalui hasil karya cipta manusia yang dapat

berupa perilaku maupun suatu benda fisik. Salah satu hasil karya cipta manusia ialah batik

Saat ini batik telah mendapat pengakuan UNESCO pada 2 Oktober 2009 sebagai warisan dunia tak berwujud Berkaitan dengan upaya pengembangan batik, pemerintah Indonesia sendiri menindaklanjuti hal ini dengan menerbitkan Keputusan Presiden RI Nomor 33 Tahun 2009 tentang hari batik Nasional. Dalam Keputusan yang diterbitkan pada 17 November 2009 tersebut, ditetapkan 2 Oktober sebagai hari batik nasional

Batik di Indonesia sangat beragam. Apalagi di masa modern sekarang batik dimodernisasi dan dikreasikan sesuai perkembangan zaman. Setiap daerah semakin memperkaya motif batik Nusantara salah satunya Kalimantan Timur di Kabupaten Kutai Kartanegara bernama batik melayu kutai

Upaya pengembangan sudah dilakukan oleh sector pemerintah daerah, swasta (pelaku bisnis), pemuda (masyarakat) yakni dalam bentuk proses promosi, proses pemasaran, dan proses dukungan: (1) Awal proses promosi yang dilakukan dengan cara memberi Batik Melayu Kutai sebagai cindramata kepada Pejabat daerah yang dipilih pada *event-event* tertentu sehingga terjadilah promosi dari mulut ke mulut yang terus menyebar hingga kalangan masyarakat (2) Proses pemasaran batik melayu kutai ialah dengan menjadi sponsor busana bertemakan kearifan lokal pada *event-event* daerah di Tenggarong (3) Proses dukungan yang ditunjukkan semua sektor sejauh ini sangat responsif dan positif, misalnya seperti menggunakan baju batik setiap hari batik dan pada setiap momentum kegiatan acara-acara formal dan kebangsaan

Seiring dengan pengembangan tadi terdapat kesenjangan, yaitu pada kenyataannya sampai saat ini upaya pengembangan batik tidak bergerak (pasif) terlihat dari eksistensi nama batik melayu kutai belum terkenal dan belum banyak digunakan oleh masyarakat luas. Dukungan yang tidak masif menjadikan perkembangan batik melayu kutai terlihat biasa saja tidak seperti batik khas daerah lain yang lebih berkembang dan menjadi trend dikalangan masyarakatnya

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka perlu dilakukan penelitian dengan menetapkan judul penelitian: “Kerjasama Pemerintah Swasta dan Pemuda dalam Pengembangan Batik Melayu Kutai di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara”.

Kerangka Dasar Teori

Aktor *governance*

Djamin dalam Sholihah (2019) berpendapat klasifikasi cara implementasi peran pemerintah adalah sebagai fungsi pengaturan (produknya berupa berbagai peraturan) yaitu terbagi diantaranya: pengawasan penentuan kebijakan, bimbingan dan pemberian pengarahan dan, serta pengaturan melalui perijinan. Peranan pemerintah daerah untuk menyokong strategi pengembangan sangatlah penting hal ini meyangkut

pemerintah daerah merupakan instansi yang paling lebih memahami kebutuhan lingkungan sekitar dan memahami potensi daerah (Soekanto, 2009).

Sektor swasta (*private sector*) ialah bagian dari pengembangan ekonomi daerah di luar milik negara merupakan individu (rumah tangga), individu (mandiri) atau kelompok individu yang mengolah, mengecek bisnis dan paling utama tujuan mereka adalah untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Berikut tujuan dari pengembangan ekonomi daerah oleh Blakely dalam Astuti (2005):

- a. Menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat setempat
- b. Menghargai adanya stabilitas ekonomi daerah.
- c. Membangun keberagaman yang berdasarkan pada ekonomi dan pengembangan yang ada.

Masyarakat dimaksudkan dalam hal ini ialah lembaga yang dinamakan asosiasi daerah. Dengan asumsi lembaga kepemudaan lebih terorganisasi lebih nyata dan diakui secara kelembagaan dianggap cukup berperan dalam pembangunan. Menurut Rulland dalam Ekowanti (2017) asosiasi dan masyarakat (pemuda) memusatkan perhatian pada:

- a. Merupakan gerakan sosial dan agen perubahan
- b. Oleh negara sebagai sponsor
- c. Berfungsi sebagai pengantar untuk terjadinya partisipasi
- d. Dasar dalam kebijakan pembangunan

Collaborative governance

Ansell dan Gash (2007) menyatakan *collaborative governance* adalah formulasi tata kelola pemerintahan dalam membuat beberapa kebijakan oleh pemangku yang bertemu di forum yang sama guna membuat sebuah konsensus bersama. Ansell dan Gash juga Selanjutnya mendefinisikan *collaborative governance* sebagai sebuah aransemen tata kelola pemerintahan antar satu atau lebih dari institusi publik yang secara langsung melibatkan aktor nonpemerintahan dalam rangkaian membuat kebijakan kolektif yang bersifat konsensus, formal, konsultatif dan berorientasi, yang bertujuan untuk mengelola program atau aset public, membuat atau mengimplementasikan kebijakan publik.

Lutfiyani dan Astuti (2018) *collaborative governance* antar pemerintah, swasta dan masyarakat biasa disebut dengan *Public-Private-Community Partnership – PPCP* adalah model operasional sinergis untuk mencapai peningkatan ekonomi di mana tiga pertemuan bersama-sama menciptakan unit atau administrasi khusus yang umumnya menguntungkan dan memberikan keuntungan terbesar ke area lokal yang lebih luas. Singkatnya, tiga model kolaborasi komunitas antara pemerintah, swasta dan masyarakat akan diperkenalkan, secara spesifik:

1. Model *classical public administration*, yang berfokus pada bagaimana badan publik menyelesaikan kegiatan manajerial dalam aturan mayoritas,

- cakap, memaksa, dan dibebaskan dari kendali kekuatan, serta bagaimana badan publik dapat bekerja secara tepat, cepat dan efektif
2. Model manajemen publik baru (*new public management*), Untuk lebih spesifik model bagaimana mengubah area pribadi dewan menjadi asosiasi publik dan membuat kerangka kerja administrasi seperti pembebasan, privatisasi, dan kontrak eksekutif.
 3. Model *new governance* suatu model di mana penyelenggaraan pemerintahan dibangun berdasarkan pola interaksi baru antara pemerintah dan masyarakat untuk mengembangkan dan menyediakan kebijakan dan pelayanan publik. Jika pada model manajemen publik baru menekankan ide pembaharuan peran pemerintah secara incremental melalui peningkatan efisiensi manajemen sektor publik yang mengandalkan pola hubungan kerja antar organisasi di dalam. Sedangkan pada *new governance* menekankan ide pembaharuan proses pemerintah secara transformatif melalui peningkatan kapasitas pemerintah dan sistem pengaturan yang mengandalkan pola hubungan kerja dan interaksi antara organisasi pemerintah, swasta dan masyarakat secara kooperatif atau kemitraan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Selanjutnya Bungin (2011) sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan yaitu diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi analisis dengan menggunakan metode analisis data interaktif (Miles, Huberman, & Saldana, 2014).

Hasil Penelitian dan Pembahasan Kebijakan dan Promosi

Pemerintah sebagai setting utama Rasyid dalam Sholihah (2019) menciptakan iklim, memperkuat daya, dan melindungi. Artinya menciptakan kondisi yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*anabling setting*). Upaya pengembangan potensi dilakukan pemerintah yang di wakikan oleh Dinas Pariwisata Kutai Kartanegara untuk batik melayu kutai sangatlah positif yaitu membuat dan mengarahkan kegiatan promosi yang mengacu kepada upaya memperkenalkan, mempublikasikan, serta menciptakan loyalitas merek batik melayu kutai. Sebagai mana Komponen promosi menurut Muhadi (2015) bisa diterapkan oleh pemerintah dalam setting pengembangan potensi daerah.

Pemerintah juga berupaya dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Kutai Kartanegara, yaitu dengan melaksanakan pembinaan kepada pelaku usaha dalam bidang pengembangan batik melayu kutai. Aktivitas ekonomi kreatif ini diharapkan mampu mendongkrak kunjungan wisatawan di Kabupaten Kutai Kartanegara dan turut serta meningkatkan penghasilan daerah dalam sektor pariwisata. Hal ini termasuk dalam peran pemerintah

dalam pembangunan sosial mengacu kepada teori Suharto (2002) sebagai upaya yang diatur untuk memperluas kemampuan manusia untuk bertindak dan membangun kapabilitas individu (pelaku usaha). Model kerjasama ini mengarah pada paradigma Lutfiyani dan Astuti (2018) kerjasama pemerintah, swasta dan masyarakat. dengan model manajemen publik baru (*new public management*) tipe model khusus *Efficiency drive* yaitu model yang menggarisbawahi pentingnya efektivitas dengan menekankan betapa pentingnya bagi area publik untuk terus berjalan seperti area *privat* sehingga upaya menuju jalur ini harus diselesaikan dengan memperluas pengawasan administrasi moneter, mencadangkan dana atau produktivitas, memperkuat kapasitas perencanaan dan membuat kerangka data.

Pemasaran dan Kreativitas Baru

Tujuan pelaku bisnis selain mendapatkan keuntungan juga diharapkan dapat mengembangkan ekonomi daerah. Paradigm ini mengarah kepada analisis Supriyadi (2007) mengatakan indikator keberhasilan pengembangan ekonomi daerah dengan bekerjasama dengan sektor lainnya. Persoalan utama dalam pengembangan ekonomi daerah ialah terletak pada penekanan terhadap kebijakan-kebijakan pengembangan daerah yang didasarkan pada kekhasan daerah yang bersangkutan (*endogenous development*) dengan menggunakan potensi sumberdaya manusia, kelembagaan, dan sumberdaya fisik secara daerah (lokal). Orientasi ini mendorong kepada pengambilan inisiatif-inisiatif yang bermula dari daerah tersebut dalam proses pengembangan untuk mendapatkan peningkatan kegiatan ekonomi. Hal ini dilakukan oleh para pelaku usaha batik melayu kutai aktif dalam pertumbuhan ekonomi daerah sekaligus mempertahankan nilai-nilai seni budaya, nilai tradisional pada batik melayu kutai.

Pengaruh global menggambarkan prilaku pelaku usaha batik melayu kutai untuk mulai berinovasi mengembangkan unit usahanya. Jika dihubungkan dengan pengembangan budaya sesauai Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional, pelaku usaha batik melayu kutai dapat dikatakan sudah menerapkan kewirausahaan yang progresif dan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi. Hasil temuan kreatifitas baru dan pemasaran tidak hanya dalam bentuk kain saja tetapi para pelaku sudah mulai berkreasi berupa tas, seraong, kalung, baju formal, baju pesta, kaos oblong, sandal dan masker.

Setelah pengembangan kreasi, promosi serta peningkatan hasil usaha, selanjutnya diharapkan adanya kerjasama swasta (pelaku bisnis) dengan pemerintah dan lembaga kepemudaan agar saling memberi informasi dan dukungan untuk mencapai kepentingan bersama dalam pengembangan aset daerah. sejauh ini pelaku usaha bekerjasama hanya sebagai partisipan dalam event pemerintah untuk ajang promosi baik dalam bentuk *expo*, *fashion show* hingga pemilihan Duta Wisata Kutai Kartanegara. Model kerjasama ini mengarah pada paradigma Lutfiyani dan Astuti (2018) kerjasama pemerintah,

swasta dan masyarakat. dengan model *new governance* yaitu suatu model di mana penyelenggaraan pemerintahan dibangun berdasarkan pola interaksi baru antara pemerintah dan masyarakat untuk mengembangkan dan menyediakan kebijakan dan pelayanan publik.

Interaksi Sosial dan Partisipasi

Pengaruh interaksi sosial yang diwakili lembaga kepemudaan oleh DPC Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kutai Kartanegara diharapkan bisa menginspirasi generasi muda di Kukar agar mau terjun secara maksimal dan membuka wawasan untuk bersama-sama mengembangkan batik melayu kutai. Dalam analisis mengembangkan batik melayu kutai para DPC Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kutai Kartanegara melakukan komponen promosi menurut paradigma Muhadi (2015) yakni *Personal selling, Mass selling dan Public relation*. Hasil temuan peneliti dalam memperkenalkan batik melayu kutai, DPC Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kutai Kartanegara menggunakan cara *Mass selling* adalah merupakan metodologi yang memanfaatkan media korespondensi untuk menyampaikan data kepada seluruh penduduk dalam satu waktu yaitu memanfaatkan media sosial sebagai proses kampanye sehingga masyarakat akan lebih luas mengenal batik melayu kutai serta dengan relasi yang mereka punya, selanjutnya menggunakan cara *personal selling* adalah korespondensi langsung (dekat dan pribadi) antara pedagang dan klien yang akan datang untuk memperkenalkan item dengan klien yang mungkin dan menyusun pemahaman klien tentang item tersebut sehingga mereka pada saat itu akan mencoba dan mendapatkannya. *Public relation* oleh DPC Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kutai Kartanegara merupakan upaya korespondensi menyeluruh dari suatu organisasi untuk memengaruhi wawasan, penilaian, keyakinan, dan perspektif pertemuan yang berbeda terhadap organisasi.

Keterlibatan kerjasama DPC Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kutai Kartanegara dalam pengembangan batik lebih banyak ke tanggungjawab atau responsibility karena mereka adalah Duta Wisata Kukar Tugasnya untuk mengempanyekan budaya-budaya Kalimantan Timur contohnya batik melayu kutai itu. Model kerjasama ini mengarah pada paradigm Lutfiyani dan Astuti (2018) kerjasama pemerintah, swasta dan masyarakat. dengan model *new governance* yaitu menekankan ide pembaharuan proses pemerintah secara transformatif melalui peningkatan kapasitas pemerintah dan sistem pengaturan yang mengandalkan pola hubungan kerja dan interaksi antara organisasi pemerintah, swasta dan masyarakat secara kooperatif.

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Diperoleh bahwa faktor pendukung kerjasama pemerintah, swasta dan pemuda dalam upaya pengembangan Batik Melayu Kutai di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara adalah peran aktif dan kesadaran

masyarakat Kutai Kartanegara yakni dorongan pihak dinas memberi apresiasi, himbuan. Pengrajin yang selalu kreatif makin memperbanyak modifikasi batik melayu kutai dan partisipasi pemuda. Saling percaya, tanggungjawab, dan membangun komunikasi yang baik antar sektor serta banyaknya even-event daerah di Kutai Kartanegara.

Sedangkan faktor penghambat kerjasama pemerintah, swasta dan pemuda dalam upaya pengembangan Batik Melayu Kutai di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara adalah kurangnya fasilitator di kutai kartanegara, kurangnya kebijakan pemerintah daerah dan masih kurangnya pemakaian batik melayu kutai oleh masyarakat Kutai Kartanegara

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan fokus penelitian maka kerjasama pemerintah swasta dan pemuda dalam pengembangan batik melayu kutai di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara sesuai dengan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disusun oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara, pelaku usaha dan DPC Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kabupaten Kutai Kartanegara berkontribusi sesuai analisis aktor governance dan fungsinya masing-masing sehingga memberi hasil yang cukup positif. Secara keseluruhan realisasi kerjasama yang dilakukan ialah saling mendukung dan membantu antar stakeholders yakni dalam hal membuat dan mengarahkan kegiatan promosi yang mengacu kepada upaya memperkenalkan, mempublikasikan, serta menciptakan loyalitas merek batik melayu kutai ke publik baik dalam maupun luar daerah, partisipan dalam event pemerintah berupa expo, fashion show dan sebagai brand sponsor pemilihan Duta Wisata Kutai Kartanegara, serta menjalankan tugas dan tanggungjawab untuk mengempanyekan budaya-budaya Kalimantan Timur memperkenalkan budaya, keunggulan dan potensi yang berada di Kutai Kartanegara melalui batik melayu kutai.
2. Faktor Pendukung kerjasama pemerintah, swasta dan pemuda dalam pengembangan batik melayu kutai Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara yaitu: masyarakatnya sendiri, Kelompok Sadar Wisata sebagai penyambung informasi, apresiasi pemerintah terhadap pelaku bisnis yaitu memberi wadah atau berupa kesempatan expo, membangun komunikasi serta menumbuhkan rasa saling percaya dalam menjalankan tugas. Kemudian faktor penghambat yaitu bahan yang harus di supply dari luar kota sehingga membuat harga jual batik lebih mahal, sehingga peminatnya masih sedikit, belum adanya kebijakan khusus tentang pemakaian batik melayu kutai, serta pelopor batik melayu kutai yang masih terbatas jumlahnya.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang sudah dikemukakan, maka peneliti memberikan saran dan rekomendasi yang diharapkan bisa memberikan alternatif untuk memecahkan masalah ataupun

untuk mengoptimalkan kerjasama pemerintah swasta dan pemuda dalam pengembangan batik melayu kutai di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara di masa yang akan datang.

1. Ada dibuat kebijakan surat edaran berupa penggunaan khusus batik melayu kutai misalkan pada saat 28 september adalah hari jadi atau ulang tahun kota Tenggarong, maka diwajibkan untuk menggunakan baju batik melayu kutai selama 1 minggu di kalangan OPD contoh dimulai dari tanggal 21 sampai dengan 28 september setiap tahunnya dengan demikian ada upaya untuk memiliki pakaian batik melayu kutai, sehingga kesiapan dan mentaati melaksanakan kebijakan penggunaan pakaian batik melayu kutai lebih jelas dan spesifik.
2. Kendala masih kurangnya informasi tentang batik melayu kutai, maka perlunya rancangan dan usulan dari dinas pariwisata Kutai Kartanegara untuk Bupati Kabupaten Kutai Kartanegara agar membuat kebijakan tentang pemakaian seragam batik melayu kutai pada semua kalangan pendidikan, sehingga batik melayu kutai dikenal sampai pelosok daerah.
3. Dinas pariwisata Kutai Kartanegara selanjutnya perlu merancang dan mengusulkan untuk Bupati Kabupaten Kutai Kartanegara agar membuat kebijakan tentang pemaksimalan pembuatan ornament batik pada transportasi, gapura-gapura, patung, menara, bangunan dan *icon* lainnya, sehingga batik melayu kutai tampil dimana saja dan melekat dipikiran masyarakatnya.
4. Dalam hal mengatasi bahan yang harus di *supply* dari luar kota sehingga membuat harga jual batik lebih mahal, maka sebaiknya pelaku usaha batik secara bersama-sama membentuk komunitas bisnis batik yang berfungsi sebagai forum diskusi guna mempermudah cara kerja dan memperbanyak rekomendasi dari dan oleh sesama pengusaha batik merencanakan bersama-sama untuk memproduksi batik secara masal agar harganya tidak terlalu mahal lagi.
5. Kendala pelopor batik melayu kutai yang masih terbatas jumlahnya. Sebaiknya duta wisata Kutai Kartanegara bisa membuat program kerja yaitu program pelatihan membatik kepada generasi muda yang bertujuan untuk mengajak, memberikan keterampilan dan keahlian di bidang batik untuk mengembangkan kebudayaan bangsa Indonesia khususnya di bidang batik khas kutai. Melalui pelatihan pembuatan batik ini, diharapkan pemuda dapat menyadari pentingnya mempertahankan kebudayaan bangsa Indonesia. sehingga pemuda memiliki kemampuan keterampilan membuat batik agar digunakan sebagai modal untuk membuka usaha sendiri atau berwirausaha.

Daftar Pustaka

- Ansell, Chris, & Alison Gash, 2007, *Collaborative Governance in Theory and Practice, Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol.18 No.4, Hlm. 543-571
- Astuti, Nurareni Widi, 2005, Pola Kemitraan antara Pemerintah, Masyarakat dan Swasta dalam Implementasi Program Kemitraan Pengembangan Ekonomi Lokal (KPEL) (Studi Kasus di Desa Segoro Tambak, Kabupaten Sidoarjo), Tesis, Universitas Airlangga Surabaya
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*, Kencana Predana Media Group, Jakarta.
- Ekowanti, Mas Roro Lilik, 2017, *Kemitraan dalam Otonomi Daerah: Inteligensia Media*, Malang
- Keputusan Presiden RI No. 33 Tahun 2009 tentang Hari Batik Nasional.
- Lutfiyani, Yulia Nilam Ainun dan Dyah Widi Astuti, *Public Private Community Partnership: Potensi Keterlibatan Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Edukasi Studi Kasus: Rumah Atsiri Indonesia, Sinektika Jurnal Arsitektur*, Vol. 15 No. 2 Juli 2018
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications.
- Muhadi, Maesarah, 2015, Pengaruh Biaya Promosi terhadap Omzet Penjualan *Cheesecake* Pada L'cheese Factory Pekanbaru Ditinjau dalam Ekonomi Islam, Skripsi universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Sholihah, Ratnia, 2019. *Buku Pengantar Ilmu Pemerintahan Perihal Pemerintah dan yang Diperintah*, Universitas Terbuka, Banten
- Soekanto, Soerjono. 2009. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suharto. 2002. *Peran Pemerintah Dan Pembangunan Sosial Sebagai Pemenuhan Hak Asasi Rakyat*, Published: 27 Juli 2016, Section: Articles, Article Statistics: 74
- Supriyadi R, Ery. (2007) *Telaah Kendala Penerapan Pengembangan Ekonomi Lokal: Pragmatisme dalam Praktek Pendekatan Pel*. Bandung, Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, Vol 18 No 2 Agustus, Hal 103-123.
- Undang-Undang No. 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional.