

## **Journal Paper Competition Accounting Festival 2026**

---

### **CANTING: STRATEGI DIGITALISASI TERPADU EKONOMI KREATIF DAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI PEKALONGAN**

**Nafal Fikri<sup>1</sup> Dwi Tika Wulan Sari<sup>2</sup> Zahra Nadia Nuraini<sup>3</sup>**

<sup>12</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

<sup>3</sup>Program Studi Hukum Tata Negara, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

[nafal.fikri24100@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:nafal.fikri24100@mhs.uingusdur.ac.id)<sup>1</sup>

[dwi.tika.wulan.sari24101@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:dwi.tika.wulan.sari24101@mhs.uingusdur.ac.id)<sup>2</sup>

[zahra.nadia.nuraini24005@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:zahra.nadia.nuraini24005@mhs.uingusdur.ac.id)<sup>3</sup>

---

#### **ARTICLE INFO**

##### **Article history:**

Received:

Received in revised form:

Accepted:

**Keywords:** *Creative economy, digital integration, mobile application, sustainable tourism, tourism digitalization.*

##### **Paper type**

*Research article (qualitative descriptive study)*

---

#### **ABSTRACT (in English)**

*This study aims to analyze the fragmentation of digital platforms supporting the creative economy and tourism ecosystem in Pekalongan and to formulate an integrated digitalization strategy through the CANTING (Creative and Tourism Integrated Networking Gateway) application. The research is conducted based on the argument that fragmented digital services reduce user experience, limit market access for creative economy actors, and hinder the realization of sustainable local economic development. A qualitative descriptive approach is employed using primary data collected through interviews with students and community members from various regions, as well as secondary data obtained from literature studies, official statistics, and policy documents. Data analysis is conducted using qualitative interpretative analysis supported by triangulation techniques, with the Technology Acceptance Model (TAM), Digital Ecosystem Theory, and sustainable tourism concepts as the analytical frameworks. The findings indicate that the current digital ecosystem of tourism and creative economy in Pekalongan is characterized by platform fragmentation, low integration of services, and suboptimal user experience. The proposed CANTING application offers an integrated mobile-based solution by combining tourism information, e-ticketing, creative economy marketplaces, cultural education, and interactive mapping into a single digital gateway. This integration is expected to enhance perceived ease of use and perceived usefulness, strengthen the linkage between tourism and*

*creative economy actors, and support sustainable economic growth aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 8, SDG 9, and SDG 12. The originality of this study lies in the formulation of a culture-based integrated digital ecosystem model that positions CANTING not merely as a technological tool, but as a strategic instrument for sustainable local development, offering a replicable framework for other creative cities with similar characteristics.*

## **PENDAHULUAN**

Ekonomi kreatif (ekraf) merupakan salah satu sektor strategis yang berperan signifikan dalam pembangunan nasional Indonesia. Berdasarkan data nasional, kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia telah mencapai sekitar kurang lebih 7,8%, dengan daya serap tenaga kerja yang besar dan potensi pertumbuhan yang berkelanjutan (Novitasari, 2022). Sejalan dengan hal tersebut, pemerintah Indonesia juga berkomitmen dalam pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030, khususnya tujuan kedelapan, yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, yang menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi inklusif, inovatif, dan berbasis potensi lokal. Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi salah satu instrumen utama untuk mempercepat transformasi ekonomi kreatif dan pariwisata agar lebih adaptif terhadap perkembangan zaman (Raysharie et al., 2025).

Pada level lokal, Kota Pekalongan memiliki posisi strategis sebagai bagian dari *UNESCO Creative Cities Network* (UCCN), khususnya dalam kategori *Crafts and Folk Art* (Yuniar et al., 2022). Status ini menunjukkan pengakuan internasional terhadap kekuatan budaya dan ekonomi kreatif Pekalongan, terutama batik dan produk turunannya. Secara makro, pertumbuhan ekonomi Pekalongan juga menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya diakselerasi melalui pemanfaatan teknologi digital yang terintegrasi, khususnya dalam menghubungkan sektor pariwisata, ekonomi kreatif, dan layanan pendukung lainnya dalam satu ekosistem digital yang utuh.

Secara empiris, kondisi digitalisasi ekonomi kreatif dan pariwisata di Kota dan Kabupaten Pekalongan menunjukkan dinamika yang bertumbuh namun belum terintegrasi secara optimal. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel Kota Pekalongan mencapai 32,54% dengan rata-rata lama menginap 1,29 malam (BPS, 2026a), sementara pertumbuhan PDRB Kota Pekalongan meningkat hingga 6,15% pada triwulan II 2025 (BPS, 2026b). Di sisi lain, Kabupaten Pekalongan mencatat pertumbuhan ekonomi sebesar 5,02% dengan kontribusi signifikan dari sektor industri pengolahan, perdagangan, serta akomodasi dan makan minum (BPS, 2025b). Data tersebut mengindikasikan adanya potensi mobilitas wisatawan dan aktivitas ekonomi kreatif yang cukup besar, namun karakteristik kunjungan jangka pendek serta belum terhubungnya layanan wisata, produk ekraf, dan informasi budaya dalam satu sistem terpadu menunjukkan bahwa transformasi digital yang berjalan masih bersifat parsial dan belum membentuk ekosistem digital yang saling terintegrasi.

Permasalahan yang kemudian mengemuka adalah fenomena *platform fragmentation*, yaitu keterpisahan berbagai platform digital yang seharusnya saling terhubung dalam mendukung ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif Pekalongan. Secara faktual, informasi dan layanan terkait wisata, tiket, serta produk ekonomi kreatif tersebar pada platform yang

berbeda-beda, seperti [virtualltour.pekalongankota.go.id](http://virtualltour.pekalongankota.go.id) untuk wisata, [e-tiketing.pekalongankota.go.id](http://e-tiketing.pekalongankota.go.id) untuk pembelian tiket, serta [ekraf.pekalongankab.go.id](http://ekraf.pekalongankab.go.id) untuk produk ekonomi kreatif. Kondisi ini menimbulkan disharmoni akses informasi, baik bagi wisatawan maupun masyarakat luar daerah yang ingin mengenal Pekalongan secara menyeluruh.

Fragmentasi platform tersebut berdampak langsung pada rendahnya *user experience* (UX). Pengguna diharuskan berpindah dari satu platform ke platform lain untuk memperoleh informasi yang saling berkaitan, tanpa struktur yang jelas dan alur layanan yang terintegrasi. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, mayoritas narasumber menyatakan bahwa sistem yang ada saat ini terasa “ribet”, membingungkan, serta menyulitkan dalam mengakses informasi wisata, produk ekonomi kreatif di sekitar destinasi, hingga pembelian tiket secara efisien. Selain itu, belum terdapat satu aplikasi yang mampu menampilkan keseluruhan potensi wisata Kota dan Kabupaten Pekalongan secara terpadu dalam satu sistem digital yang terstruktur.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan (*the gap*) antara potensi besar ekonomi kreatif dan pariwisata Pekalongan dengan sistem digital pendukung yang masih bersifat parsial. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah solusi inovatif berupa integrasi layanan dalam satu pintu (*one-stop solution*) yang mampu menjembatani kebutuhan pasar dengan potensi lokal secara efektif dan berkelanjutan. Menjawab urgensi tersebut, strategi CANTING (*Creative and Tourism Integrated Networking Gateway*) ditawarkan sebagai konsep aplikasi inovatif yang mengintegrasikan sektor pariwisata, produk ekonomi kreatif, pembelian tiket, serta edukasi dan promosi virtual dalam satu platform digital terpadu.

Aplikasi CANTING diharapkan tidak hanya menjadi solusi atas permasalahan fragmentasi platform, tetapi juga berperan sebagai katalisator digitalisasi ekonomi kreatif dan pariwisata Pekalongan. Dengan integrasi yang sistematis dan berorientasi pada pengalaman pengguna, CANTING berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif, meningkatkan daya saing daerah, serta mendorong terwujudnya Pekalongan yang berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip SDGs 2030 (Pangestu et al., 2021).

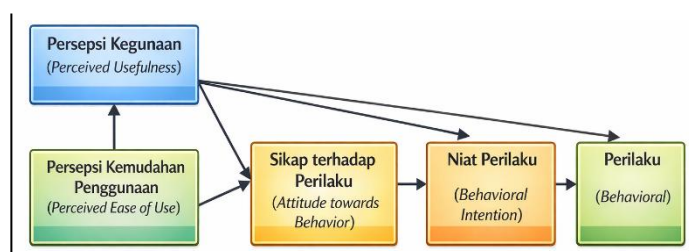
Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini berangkat dari pertanyaan mengenai sejauh mana efektivitas platform digital yang saat ini digunakan dalam mendukung ekosistem ekonomi kreatif dan pariwisata di Pekalongan. Kondisi platform yang masih terfragmentasi menimbulkan persoalan dalam akses informasi dan layanan, sehingga perlu dikaji bagaimana konsep strategi digitalisasi terpadu melalui aplikasi CANTING dapat mengatasi fragmentasi informasi tersebut. Selain itu, penelitian ini juga memfokuskan perhatian pada implikasi penerapan CANTING terhadap perwujudan ekonomi berkelanjutan yang sejalan dengan prinsip-prinsip *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kendala fragmentasi platform digital ekonomi kreatif dan pariwisata di Pekalongan secara komprehensif. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan merumuskan desain strategi aplikasi CANTING yang mampu mengintegrasikan sektor wisata, produk ekonomi kreatif, layanan tiket, serta edukasi virtual dalam satu platform digital terpadu. Selain itu, paper ini juga bertujuan untuk mengkaji potensi keberlanjutan ekonomi yang dihasilkan dari integrasi platform digital tersebut sebagai upaya mendukung pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

## MATERI DAN METODE PENELITIAN

Secara teoritis, penelitian ini bertumpu pada *Technology Acceptance Model (TAM)* yang diperkenalkan oleh Fred D. Davis (1989) sebagai kerangka utama dalam menganalisis penerimaan teknologi oleh pengguna. TAM menjelaskan bahwa penerimaan suatu sistem teknologi informasi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*. *Perceived Ease of Use* merujuk pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang berlebihan, sedangkan *Perceived Usefulness* berkaitan dengan tingkat keyakinan bahwa sistem tersebut mampu meningkatkan kinerja atau produktivitas penggunanya. Dalam konteks ekosistem digital ekonomi kreatif dan pariwisata Pekalongan, kondisi platform yang terfragmentasi meningkatkan beban kognitif pengguna dan menurunkan persepsi kemudahan serta kemanfaatan, sehingga berdampak pada rendahnya adopsi teknologi digital.

Sebaliknya, integrasi layanan melalui aplikasi CANTING sebagai *one-stop solution* dipandang selaras dengan prinsip TAM karena menyederhanakan alur pencarian informasi, transaksi tiket, serta eksplorasi produk ekonomi kreatif dan pariwisata dalam satu sistem terpadu. Dengan desain sistem yang terintegrasi dan berorientasi pada pengalaman pengguna, CANTING berpotensi meningkatkan *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*, yang pada akhirnya mendorong niat serta perilaku aktual pengguna dalam mengadopsi teknologi digital secara lebih luas.



Sumber: Ilustrasi Penulis, 2026

**Gambar 1. Model *Technology Acceptance Model (TAM)***

Selain TAM, penelitian ini juga menggunakan konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) sebagai dasar dalam menilai implikasi penerapan CANTING terhadap pembangunan daerah. Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan guna memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan generasi mendatang (I et al., 2024). Menurut *World Tourism Organization* (2005), pariwisata berkelanjutan harus mampu memberikan manfaat ekonomi jangka panjang bagi masyarakat lokal, menghormati keaslian sosial dan budaya setempat, serta menjaga kelestarian lingkungan dan sumber daya alam. Digitalisasi pariwisata melalui platform terpadu memungkinkan pemerataan akses informasi, efisiensi promosi, serta penguatan keterlibatan pelaku lokal ekonomi kreatif secara berkelanjutan.

Dalam konteks Pekalongan yang tergabung dalam *UNESCO Creative Cities Network (UCCN)* kategori *Crafts and Folk Art*, penerapan aplikasi CANTING berpotensi memperkuat integrasi antara destinasi wisata dengan produk ekonomi kreatif berbasis budaya, seperti batik dan kriya lokal. Integrasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisata, tetapi juga memperluas distribusi manfaat ekonomi kepada masyarakat lokal, sejalan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan dan agenda *Sustainable Development Goals (SDGs)* 2030.

Landasan teoritis lainnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Digital Ecosystem Theory*. Menurut Shuyi Chen (2022), ekosistem digital memandang sistem digital sebagai jaringan yang terdiri dari berbagai aktor, layanan, dan teknologi yang saling terhubung dan saling bergantung satu sama lain. Nilai dalam ekosistem digital tidak dihasilkan oleh satu platform tunggal, melainkan oleh keterhubungan antar layanan seperti informasi, transaksi, promosi, dan edukasi. Oleh karena itu, sistem yang terfragmentasi cenderung tidak efisien dan menghasilkan pengalaman pengguna yang rendah, sedangkan sistem terintegrasi mampu menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

Aplikasi CANTING diposisikan sebagai *digital gateway* yang mengintegrasikan keterhubungan antar destinasi wisata, pelaku UMKM ekonomi kreatif, layanan tiket, serta konten edukasi dan promosi digital dalam satu ekosistem terpadu. Dengan pendekatan ekosistem digital, CANTING tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi layanan, tetapi juga sebagai infrastruktur strategis yang memperkuat kolaborasi lintas sektor dan meningkatkan daya saing ekonomi lokal Pekalongan.

Berdasarkan landasan teori tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena fragmentasi platform digital dan strategi integrasi layanan melalui aplikasi CANTING. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami persepsi, pengalaman, serta pandangan subjek penelitian terhadap fenomena yang terjadi secara alami. Menurut Fadli (2021), penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami realitas sosial secara kontekstual sesuai dengan kondisi lapangan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi dan permasalahan digitalisasi ekonomi kreatif dan pariwisata tanpa menguji hipotesis, sebagaimana dikemukakan oleh Adiputra dalam Putri et al. (2024).

Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (*library research*) dan wawancara. Studi pustaka digunakan untuk memperoleh data sekunder dari buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik digitalisasi, ekonomi kreatif, dan pariwisata terpadu. Menurut Irawan dan Mutmainah (2022), *library research* merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menelaah dan mengaitkan berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan. Selain itu, data primer diperoleh melalui wawancara terhadap mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dan Universitas Pekalongan yang berasal dari berbagai daerah, serta masyarakat umum guna menggali pandangan mereka mengenai kebutuhan integrasi layanan digital.

Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis secara kualitatif melalui teknik studi silang, yaitu membandingkan temuan wawancara dengan hasil studi pustaka dan teori yang digunakan. Analisis dilakukan secara interpretatif dan sistematis untuk merumuskan gagasan strategis CANTING sebagai solusi atas permasalahan yang dikaji. Untuk meningkatkan validitas temuan, penelitian ini juga menerapkan triangulasi data dengan menggabungkan berbagai sumber informasi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan akurat (Nurfajriani et al., 2024).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Profil Kondisi Digitalisasi Ekonomi Kreatif dan Pariwisata di Pekalongan**

Kota dan Kabupaten Pekalongan memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata berbasis budaya lokal. Sebagai anggota *UNESCO Creative Cities Network* (UCCN) pada kategori *Crafts and Folk Art*, Pekalongan diakui secara internasional atas kekuatan

tradisi batik dan produk turunannya (Atmadja et al., 2025). Secara makro, kinerja ekonomi dan pariwisata menunjukkan tren yang positif dengan pertumbuhan ekonomi daerah berada di atas 5% (BPS, 2026b) serta mobilitas wisatawan nusantara yang mencapai lebih dari 1,6 juta perjalanan sepanjang Januari–November 2025 (BPS, 2026c). Namun demikian, capaian tersebut belum sepenuhnya merefleksikan optimalisasi nilai tambah digital, terutama dalam memperpanjang *length of stay* dan mengintegrasikan konsumsi wisata dengan produk ekonomi kreatif lokal.

Rata-rata lama menginap wisatawan di Kota Pekalongan yang berada pada kisaran 1,29 malam dengan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) sebesar 32,54% (BPS, 2026a) mengindikasikan dominasi pola kunjungan jangka pendek. Secara analitis, kondisi ini bukan semata persoalan jumlah kunjungan, melainkan terbatasnya integrasi pengalaman wisata yang mampu mendorong wisatawan untuk tinggal lebih lama dan membelanjakan pengeluarannya pada produk ekonomi kreatif setempat. Di Kabupaten Pekalongan, fluktuasi TPK dari 27,85% menjadi 24,92% (BPS, 2025a) menunjukkan tantangan stabilitas kunjungan. Artinya, potensi ekonomi telah tersedia, tetapi belum sepenuhnya diperkuat oleh sistem digital yang mampu menghubungkan destinasi, transaksi, dan produk kreatif dalam satu alur layanan yang terpadu.

Permasalahan utama terletak pada fragmentasi ekosistem digital. Saat ini, layanan wisata, e-ticketing, dan promosi produk ekonomi kreatif tersebar pada platform yang berbeda seperti [virtualtour.pekalongankota.go.id](http://virtualtour.pekalongankota.go.id), [e-ticketing.pekalongankota.go.id](http://e-ticketing.pekalongankota.go.id), dan [ekraf.pekalongankab.go.id](http://ekraf.pekalongankab.go.id). Tidak adanya keterhubungan antarplatform menyebabkan pengguna harus berpindah sistem untuk memperoleh informasi yang saling berkaitan. Dalam perspektif *Digital Ecosystem Theory* (Chen, 2022), kondisi ini menghambat terciptanya nilai kolektif karena setiap layanan berjalan secara parsial, bukan sebagai jaringan terintegrasi. Dampaknya bukan hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada rendahnya persepsi kemudahan dan kemanfaatan sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989).

Dari sisi ekonomi, fragmentasi tersebut membatasi peluang *cross-selling* antara destinasi wisata dan produk UMKM lokal. Wisatawan yang mengakses informasi destinasi belum tentu terhubung secara langsung dengan *marketplace* produk batik, kuliner, atau kriya di sekitar lokasi. Akibatnya, kontribusi sektor akomodasi dan makan minum yang sebesar 6,29% terhadap PDRB Kabupaten Pekalongan (BPS, 2025b) belum sepenuhnya terintegrasi dengan penguatan rantai nilai ekonomi kreatif. Secara sosial-budaya, pemisahan platform juga membatasi distribusi narasi budaya secara komprehensif, sehingga wisata cenderung bersifat konsumtif, bukan edukatif dan berkelanjutan.

Temuan wawancara memperkuat analisis tersebut. Mayoritas narasumber menyatakan bahwa akses informasi wisata dan produk ekonomi kreatif masih terasa “terpisah” dan kurang praktis, terutama bagi pengguna dari luar daerah. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi besar Pekalongan sebagai kota kreatif dunia dengan kesiapan sistem digital yang terintegrasi. Dengan demikian, profil digitalisasi ekonomi kreatif dan pariwisata Pekalongan saat ini dapat dikarakterisasikan sebagai: *pertama*, memiliki potensi ekonomi dan mobilitas wisata yang kuat; *kedua*, didukung inisiatif digital yang telah tersedia; namun *ketiga*, belum terhubung dalam satu ekosistem terpadu yang mampu memaksimalkan nilai ekonomi, sosial, dan budaya secara simultan.

Kesenjangan inilah yang menegaskan urgensi CANTING sebagai *Creative and Tourism Integrated Networking Gateway*. CANTING dirancang bukan sekadar sebagai aplikasi tambahan, melainkan sebagai solusi integratif yang menyatukan informasi destinasi, e-ticketing, *marketplace* UMKM, edukasi budaya, dan peta interaktif dalam satu pintu layanan. Dengan

pendekatan ini, CANTING menjawab tantangan rendahnya integrasi, memperkuat persepsi kemudahan dan kemanfaatan pengguna, serta mendorong transformasi digital yang lebih selaras dengan agenda pembangunan berkelanjutan daerah.

## **2. Strategi Pengembangan Aplikasi CANTING Berbasis Mobile**

Pengembangan aplikasi CANTING (*Creative and Tourism Integrated Networking Gateway*) dilandasi oleh kebutuhan integrasi antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai satu ekosistem digital yang saling menguatkan. Octivaningsih et al. (2025) menegaskan bahwa ekonomi kreatif mampu memperkuat pariwisata melalui inovasi produk lokal, penciptaan pengalaman interaktif, serta penguatan identitas budaya, dengan transformasi digital sebagai kunci pengelolaan destinasi yang modern dan efisien. Sementara itu, Purba et al. (2024) menyoroti masih banyaknya potensi destinasi wisata di Indonesia yang belum termanfaatkan secara optimal akibat kurangnya pengelolaan terpadu dan minimnya pemberdayaan masyarakat lokal. Oleh karena itu, strategi pengembangan pariwisata perlu bersifat inklusif dan berbasis partisipasi masyarakat.

CANTING dirancang sebagai *digital gateway* yang mengintegrasikan potensi wisata dan ekonomi kreatif Pekalongan dalam satu platform berbasis *mobile*. Secara filosofis, istilah “canting” dimaknai sebagai alat penoreh motif batik, yang dianalogikan sebagai sarana penggerak kemajuan ekonomi dan pariwisata daerah. Aplikasi ini berfungsi sebagai “canting digital” yang menyatukan wisata, kriya, dan kuliner Pekalongan menjadi satu motif ekonomi berkelanjutan berbasis budaya lokal.

Strategi pengembangan CANTING diwujudkan melalui fitur-fitur utama yang saling terhubung.

### **a. Fitur JELAJAH (Wisata dan Tiket)**

Fitur ini menyajikan informasi destinasi wisata Pekalongan melalui konten visual, *virtual tour*, dan teknologi *Augmented Reality* (AR) untuk memperkuat pengalaman wisata berbasis *creative tourism*, sekaligus menyediakan layanan e-tiket dalam satu alur terintegrasi.

### **b. Fitur LAKU (Pasar Ekonomi Kreatif)**

Fitur ini berfungsi sebagai etalase digital produk ekonomi kreatif lokal, seperti batik, kuliner, dan kerajinan, sehingga memperluas akses pasar UMKM Pekalongan hingga ke luar daerah.

### **c. Fitur SINAU (Edukasi Virtual)**

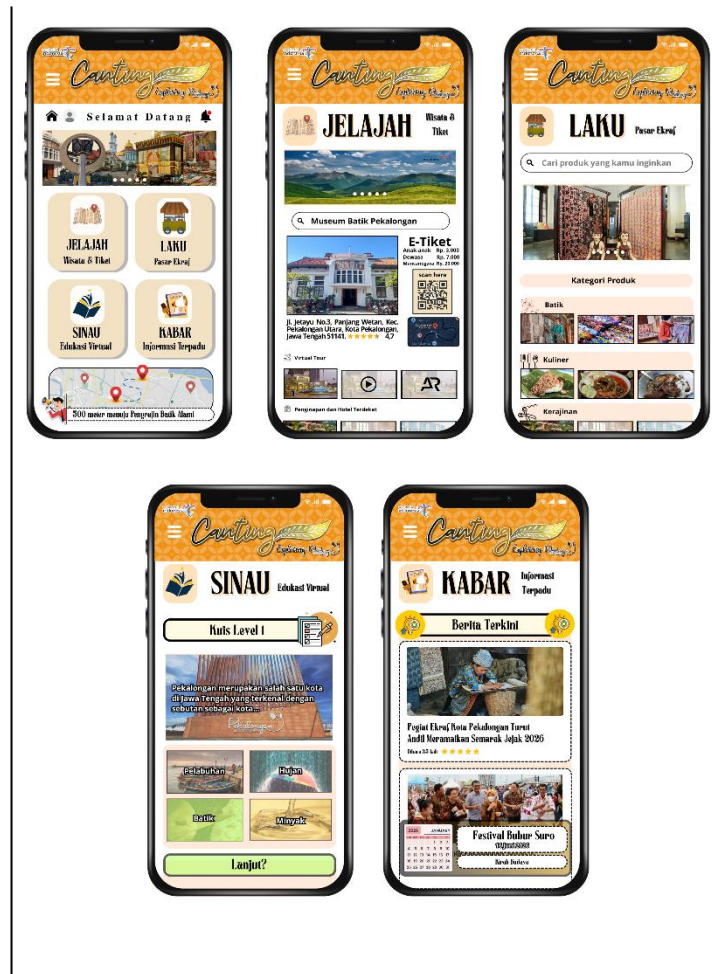
Fitur ini menyediakan ruang pembelajaran digital berupa kuis dan konten edukatif guna menjaga keberlanjutan warisan budaya lokal.

### **d. Fitur KABAR (Informasi Terpadu)**

Fitur ini difokuskan sebagai pusat informasi resmi yang memuat berita, agenda, dan kalender budaya dari instansi pemerintah serta organisasi ekonomi kreatif daerah.

Selain fitur tersebut, CANTING dilengkapi dengan peta interaktif sebagai komponen pendukung yang mengintegrasikan lokasi destinasi wisata dengan titik-titik ekonomi kreatif di sekitarnya. Peta ini memungkinkan sistem memberikan rekomendasi berbasis lokasi kepada pengguna, sehingga memperkuat keterhubungan antara aktivitas wisata dan konsumsi produk ekonomi kreatif secara langsung di lapangan.

Gambaran aplikasi CANTING disajikan pada **Gambar 2**.



Sumber: Ilustrasi Penulis, 2026

**Gambar 2. Desain Aplikasi CANTING**

Pengembangan aplikasi CANTING dirancang secara bertahap, dimulai dari sinkronisasi dan kurasi data destinasi wisata serta pelaku ekonomi kreatif, dilanjutkan dengan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pemuda desa sebagai Admin Canting, hingga strategi pemasaran dan kolaborasi dengan hotel serta biro perjalanan. Pendekatan bertahap ini menunjukkan bahwa pengembangan CANTING tidak hanya berfokus pada aspek teknologi, tetapi juga pada penguatan kapasitas sosial dan ekonomi masyarakat lokal.

Secara keseluruhan, strategi pengembangan aplikasi CANTING menawarkan kebaruan berupa integrasi pariwisata dan ekonomi kreatif dalam satu platform digital yang berorientasi pada pengalaman pengguna dan pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini berpotensi mengatasi fragmentasi layanan digital, memperkuat identitas budaya Pekalongan, serta mendukung pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan di tengah dinamika globalisasi.

### **3. Relevansi Penerapan aplikasi CANTING terhadap Pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs)**

Implementasi CANTING sebagai platform digital terpadu memiliki relevansi kuat terhadap pencapaian SDGs, khususnya SDG 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), SDG 9 (industri, inovasi, dan infrastruktur), serta SDG 12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab). Transformasi digital yang ditawarkan CANTING memperkuat daya saing UMKM pariwisata dan ekonomi kreatif, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan

inovasi layanan (Sartika et al., 2025). Sinergi antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal tidak hanya mendorong nilai tambah produk budaya tetapi juga menciptakan peluang kerja baru dan kapasitas produk digital (S et al., 2025). Selain itu, tinjauan bibliometrik memperlihatkan kontribusi pariwisata terhadap pencapaian SDGs secara luas, termasuk dalam penyediaan infrastruktur digital dan praktik konsumsi yang bertanggung jawab (Rabadán-Martín et al., 2025).

Dalam konteks SDG 8, CANTING berfungsi sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi inklusif melalui digitalisasi akses pasar bagi pelaku ekonomi kreatif, khususnya UMKM batik, kriya, dan kuliner lokal Pekalongan. Fitur LAKU membantu UMKM memasarkan produknya lebih luas tanpa ketergantungan pada ruang fisik maupun perantara konvensional. Hal ini sejalan dengan temuan Atmadja et al. (2025) bahwa digitalisasi UMKM melalui *e-commerce* memperluas jangkauan pasar dan mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif serta daya saing usaha lokal di Indonesia. Selain itu, menurut Sartika et al. (2025) transformasi digital di sektor pariwisata terbukti membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan keterhubungan dengan jaringan pasar yang lebih luas. Penelitian Utari & Falasifah (2025) juga menemukan bahwa digitalisasi dapat menjadi strategi pemberdayaan ekonomi lokal yang meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengakses pasar digital. Sementara itu, Basuki et al. (2025) menegaskan bahwa kolaborasi lintas pemangku kepentingan berperan penting dalam memperkuat kapabilitas digital UMKM sehingga mendorong penguatan ekonomi kreatif secara inklusif.

Selanjutnya, dari perspektif SDG 9, CANTING merepresentasikan inovasi infrastruktur digital daerah yang mampu mengatasi fragmentasi layanan pariwisata dan ekonomi kreatif. Fitur JELAJAH (Wisata dan Tiket) yang mengintegrasikan informasi destinasi, *virtual tour*, teknologi *Augmented Reality* (AR), *e-ticketing*, serta peta interaktif dalam satu alur layanan menunjukkan upaya transformasi digital sektor pariwisata yang komprehensif. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan dan kenyamanan wisatawan, tetapi juga memperkuat kapasitas kelembagaan daerah dalam pengelolaan data, promosi destinasi, dan pengambilan keputusan berbasis teknologi. Dibandingkan dengan platform pariwisata digital yang bersifat parsial, CANTING menghadirkan kebaruan berupa integrasi lintas sektor dalam satu sistem terpadu yang adaptif dan berorientasi pada pengalaman pengguna. Dengan demikian, CANTING berkontribusi pada pembangunan infrastruktur digital yang tangguh dan inovatif serta mendorong daya saing Pekalongan dalam ekosistem pariwisata digital nasional, sejalan dengan target SDG 9.

Relevansi CANTING terhadap SDG 12 tercermin melalui pendekatan pelestarian budaya dan konsumsi wisata yang lebih bertanggung jawab. Fitur SINAU (Edukasi Virtual) menyediakan ruang pembelajaran digital mengenai sejarah batik, proses produksi kriya, serta nilai filosofis budaya lokal Pekalongan. Melalui fitur ini, wisatawan dan masyarakat tidak lagi berperan semata sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pembelajar yang memahami makna dan proses di balik produk budaya yang dikonsumsi. Digitalisasi konten edukatif memungkinkan transfer pengetahuan budaya secara berkelanjutan tanpa eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya fisik maupun lingkungan. Dampaknya, pola konsumsi wisata bergeser dari sekadar konsumtif menuju edukatif dan reflektif, sekaligus mendorong pelaku budaya untuk menjaga kualitas, keaslian, dan nilai tradisional dalam menghadapi tuntutan pasar digital. Pendekatan ini menunjukkan bahwa transformasi digital dapat berjalan seiring dengan prinsip konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab sebagaimana diamanatkan dalam SDG 12.

Secara kritis, keterpaduan fitur JELAJAH, LAKU, dan SINAU yang diperkuat oleh fitur

KABAR sebagai penyedia informasi resmi pemerintah, agenda budaya, dan peta keterhubungan destinasi ekonomi kreatif, menegaskan bahwa CANTING tidak sekadar berfungsi sebagai alat digitalisasi teknis. CANTING berperan sebagai instrumen pembangunan berkelanjutan yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial-budaya, dan teknologi secara sinergis. Kebaruan utama CANTING terletak pada kemampuannya menyatukan pariwisata dan ekonomi kreatif dalam satu “gerbang digital” berbasis budaya lokal. Oleh karena itu, CANTING berpotensi menjadi model praktik baik (*best practice*) dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif terpadu berbasis digital yang mendukung terwujudnya pembangunan Pekalongan yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan di tengah dinamika globalisasi.

#### 4. Analisis SWOT terhadap Implementasi Aplikasi CANTING

Dalam analisis SWOT, perumusan strategi pengembangan aplikasi CANTING disajikan dalam bentuk matriks SWOT pada **Tabel 1**.

**Tabel 1. Matriks SWOT**

	<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>
<b>Faktor Internal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. CANTING mengintegrasikan pariwisata, ekonomi kreatif, <i>e-ticketing</i>, dan edukasi budaya dalam satu platform terpadu.</li> <li>2. Identitas budaya lokal Pekalongan menjadi nilai utama aplikasi.</li> <li>3. Keterhubungan fitur JELAJAH, LAKU, SINAU, dan KABAR meningkatkan kemudahan akses dan pengalaman pengguna.</li> <li>4. Berbasis <i>mobile</i> sehingga mudah diakses oleh masyarakat dan wisatawan.</li> <li>5. Mendukung pemberdayaan UMKM melalui <i>marketplace</i> digital terintegrasi.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketergantungan pada jaringan internet dan perangkat digital pengguna.</li> <li>2. Literasi digital sebagian pelaku UMKM dan masyarakat masih terbatas.</li> <li>3. Pengembangan dan pemeliharaan aplikasi membutuhkan sumber daya berkelanjutan.</li> <li>4. Kurasi konten budaya memerlukan validasi agar tidak terjadi penyederhanaan makna.</li> </ol>
<b>Faktor Eksternal</b>		
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tren digitalisasi pariwisata dan ekonomi kreatif yang terus meningkat.</li> <li>2. Dukungan pemerintah terhadap ekonomi kreatif dan pariwisata berkelanjutan.</li> <li>3. Status Pekalongan sebagai bagian dari <i>UNESCO Creative Cities Network</i> (UCCN).</li> <li>4. Meningkatnya minat generasi muda terhadap aplikasi edukasi budaya berbasis digital.</li> </ol>	<p>Memanfaatkan integrasi fitur JELAJAH, LAKU, dan SINAU untuk memperkuat promosi wisata dan produk ekonomi kreatif sejalan dengan dukungan pemerintah dan status UCCN.</p>	<p>Meningkatkan literasi digital UMKM dan masyarakat melalui kolaborasi dengan pemerintah, perguruan tinggi, dan komunitas kreatif.</p>
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dengan platform pariwisata dan <i>marketplace</i> digital lain.</li> <li>2. Risiko fragmentasi ulang jika integrasi lintas sektor tidak konsisten.</li> <li>3. Perkembangan teknologi yang cepat berpotensi membuat fitur cepat usang.</li> <li>4. Resistensi sebagian masyarakat terhadap adopsi</li> </ol>	<p>Menonjolkan keunikan budaya batik dan kriya lokal sebagai diferensiasi utama dalam menghadapi persaingan platform sejenis.</p>	<p>Menerapkan pengembangan aplikasi secara bertahap guna meminimalkan keterbatasan sumber daya dan resistensi teknologi.</p>

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa fragmentasi platform digital pariwisata dan ekonomi kreatif di Pekalongan menjadi hambatan utama dalam optimalisasi potensi ekonomi lokal dan kualitas pengalaman pengguna. Melalui pendekatan kualitatif berbasis *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Digital Ecosystem Theory*, dan konsep pariwisata berkelanjutan, penelitian ini menawarkan CANTING (*Creative and Tourism Integrated Networking Gateway*) sebagai strategi digitalisasi terpadu yang mampu menjawab permasalahan tersebut.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada perumusan model integrasi pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal dalam satu ekosistem digital yang berorientasi pada pengalaman pengguna dan pemberdayaan masyarakat. Secara teoretis, temuan ini memperluas penerapan TAM dan *Digital Ecosystem Theory* dalam konteks pariwisata dan ekonomi kreatif daerah, sekaligus menegaskan pentingnya integrasi lintas sektor sebagai prasyarat keberhasilan adopsi teknologi digital. Secara praktis, CANTING berimplikasi pada peningkatan akses pasar UMKM, efisiensi layanan pariwisata, penguatan identitas budaya lokal, serta dukungan nyata terhadap pencapaian SDGs, khususnya SDG 8, SDG 9, dan SDG 12.

Ke depan, penelitian lanjutan dapat dikembangkan melalui pengujian empiris implementasi CANTING menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna, dampak ekonomi, dan keberlanjutan sosial-budaya. Selain itu, model CANTING berpotensi menjadi dasar pencetusan kerangka konseptual baru mengenai digital *cultural-based integrated tourism ecosystem* yang dapat direplikasi pada daerah lain dengan karakteristik ekonomi kreatif dan budaya serupa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmadja, F. S., Nida, R. R., & Riyantie, M. (2025). Digitalisasi UMKM Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Inklusif. *The Journal of Business and Management Research*, 8(1), 40–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.55098/tjbmr.v8i1.103>
- Basuki, R. A., Pahala, I., & Yuniarti, P. (2025). Empowering Creative Economy MSMEs through Public–Private Partnerships and Digital Transformation. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship (JOBBE)*, 9(2), 254–268. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JOBBE.009.2.04>
- BPS. (2025a). *Perkembangan Statistik Pariwisata Kabupaten Pekalongan Oktober 2025*. 15 Desember 2025.
- BPS. (2025b). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Pekalongan Tahun 2024*. 15 September 2025.
- BPS. (2026a). *Over One Million Tourists Have Visited Pekalongan City*. 15 Januari 2026.
- BPS. (2026b). *Pertumbuhan Ekonomi Kota Pekalongan Menunjukkan Ketangguhan Luar Biasa*. 14 Januari 2026.
- BPS. (2026c). *TPK Hotel Kota Pekalongan November 2025 sebesar 32,54 Persen, Turun 0,96 Poin Dari Oktober*. 15 Januari 2026.
- Chen, S. (2022). Platform Ecosystem: The Logic of Digital Business Model Innovation. *Forum on Research and Innovation Management*, 2(6), 26–32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18686/frim.v2i6.4669>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Journal of MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>  
Dimkominfo. (2024). *Pertumbuhan Ekonomi Kota Pekalongan Capai 5,8 Persen*. 30 Desember 2024.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- I, M. F. R., Fitria, N., & Nurdianti, N. (2024). Optimalisasi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Dalam Prespektif Ekonomi Dan Lingkungan (Wisata Alam Waduk Gondang Kabupaten Lamongan). *Panorama: Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 21–31.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.34833/panorama.v1i2.3177>
- Irawan, D., & Mutmainah, A. D. (2022). Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Kepribadian Yang Mulia. *Symfonia: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 97–110.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.53649/symfonia.v2i2.25>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9(2), 184–204. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Octivaningsih, A. R., Sabir, M., Ladjin, N., Mokodongan, A., & Risdwiyanto, A. (2025). Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Terpadu Untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6885–6894.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2883>
- Pangestu, F. P., Rahmadianti, N. S., Hardiyanti, N. T., & Yusida, E. (2021). Ekonomi Pancasila Sebagai Pedoman Dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan SDGs (Sustainable Development Goals) 2030. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(3), 210–219.
- Purba, B., Situmorang, E. A. A., Firmansyah, D., Sidebang, T. br., & Manurung, T. (2024). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2060–2065. <https://doi.org/https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.308>
- Putri, G. A., Nadya, D. E., Arijati, D. G., & Dawi, M. (2024). Mengamati Permasalahan Dalam Mengimplementasikan Nilai Pancasila Sila Kedua Pada Siswa Tingkat Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(6), 410–414.
- Rabadán-Martín, I., Aguado-Correa, F., Padilla-Garrido, N., & Vega-Jimenez, J. J. de la. (2025). Mapping Tourism' s Contributions To The SDGs: A Bibliometric And Text Mining Analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(11), 159–179.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JHTI-11-2024-1221>
- Raysharie, P. I., Sudirwo, S., Judijanto, L., Rustam, A., Parjono, N., Arjun, M., Kunaifi, A., Hermawan, K. T., Parmadi, P., & Hastuti, D. (2025). *Ekonomi Kreatif (Inovasi, Kolaborasi, dan Transformasi)* (E. Rianty (ed.); Cetakan Pe). PT. Green Pustaka Indonesia.
- S, S. F., Amanda, F. C., Pasaribu, A. I. O., Shartika, Z., & Mahesa, H. R. (2025). Sinergi Ekonomi Kreatif dan Pariwisata dalam Mendorong Pembangunan Ekonomi Berbasis Budaya di Indonesia. *Jurnal Abdimas ADPI Sosial Humaniora*, 6(3), 21–26.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.47841/jsoshum.v6i3.516>
- Sartika, T. D., Adrial, A., & Respati, R. D. (2025). Transformasi Digital Umkm Pariwisata Dalam Mendorong Ekonomi Kreatif Berkelanjutan. *JIRK: Journal of Innovation Research and*

- Knowledge*, 4(11), 8863–8872. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jirk.v4i11.10153>
- United Nations Environment Programme (UNEP) and World Tourism Organization (WTO). (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers* (2nd ed.). United Nations Environment Programme (UNEP) and World Tourism Organization (WTO).
- Utari, R. A., & Falasifah, N. (2025). Digitalisasi UMKM Sebagai Straegi Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Tinjauan di Kampung Dupak Magersari, Surabaya. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(6), 151–159. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/japm.v3i6.6904>
- Yuniar, E. T., Susiatiningsih, H., & Wahyudi, F. E. (2022). Budaya dalam Agenda 2030: Upaya dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals di Kota Pekalongan. *Journal of International Relations*, 8(2), 217–231. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jirud.v8i2.33512>