ABSTRAK

Pasar Grosir Setono merupakan wisata belanja, yang menjual batik dengan beraneka ragam motif yang khas. Dari jaman nenek moyang hingga sekarang pasar grosir ini mampu bersaing dengan pasar yang lain. Dari tahun ke tahun, jumlah pengunjungnya selalu meningkat, dan pendapatan dari Pasar Grosir Setono sangat membantu Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Pekalongan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi perkembangan produksi batik yang harus diprioritaskan oleh pedagang dilihat dari persaingan produksi batik yang semakin ketat.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah SWOT (*Strengths, Weaknesses/Limitations, Opportnities, and Threats*) dan AHP *(Analytical Hierarchy Process).* Analisis menggunakan variabel meliputi produksi, penawaran, dan tempat.

Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT dan AHP menunjukkan bahwa Pasar Grosir Setono mempunyai peluang dan ancaman yang ada. Dengan menggelar festival batik maka dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Pekalongan. Menggelar *event* festival batik nasional dan internasional sebagai solusi untuk mengembangkan batik Kota Pekalongan memiliki bobot nilai 0,256 menurut responden wisatawan dan 0,277 menurut wisatawan, dengan rasio konsisten sebesar ≤0,1 yang berarti hasil tersebut konsisten. Usulan kebijakan menggelar *event* festival Pekan Batik Nasional (PBN) dan Pekan Batik Internasional (PBI) merupakan solusi dengan prioritas paling tinggi. Menggelar *event* festival batik maka dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan batik Kota Pekalongan. Urutan prioritas lima besar untuk responden *key informans* adalah sebagai berikut : menggelar *event* festival batik nasional dan internasional, melakukan promosi melalui paket wisata, menjalin kerjasama dengan pihak swasta, mengadakan pentas kesenian batik tradisional, dan melengkapi fasilitas sarana dan prasarana obyek wisata batik.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan Batik, SWOT, AHP (*Analytical Hierarchy Process*), Pasar Grosir Setono