

ANALISIS STRATEGI EKONOMI KREATIF DENGAN METODE *TRIPLE HELIX* PADA UMKM PAYUNG GEULIS DI KOTA TASIKMALAYA

Rosa Mardiana^{1*}, Servia Rosmawati², Sri Hardianti Sartika³

^{1,2,3} Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi

E-mail: ¹⁾ 202165069@student.unsil.ac.id, ²⁾ 202165051@student.unsil.ac.id,

³⁾ sri.hardianti@unsil.ac.id

Abstrak

Payung geulis merupakan salah satu ikon ekonomi kreatif dari kota Tasikmalaya yang mempunyai ciri khas tersendiri dalam pembuatannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan ekonomi kreatif pada UMKM Payung geulis di kota Tasikmalaya dan strategi yang digunakan pada pengembangan ekonomi kreatif ini adalah strategi analisis SWOT dengan metode Triple Helix. Pada penelitian ini juga dilakukannya pengumpulan data berupa metode kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara pada salah satu usaha payung geulis di Tasikmalaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa payung geulis Nailah Collection mengalami penurunan dalam produksi dengan kurangnya strategi promosi, maka akan berdampak pada keberlangsungan usaha yang sedang dijalankan. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan dapat membantu pelaku usaha untuk dapat menetapkan strategi yang harus dijalankan terlebih dahulu agar mencapai tujuan yang diinginkan. Berdasarkan penurunan tersebut perlu adanya suatu kreativitas serta inovasi dalam berbagai hal agar dapat meningkatkan jumlah produksi usaha payung geulis ini. Maka dapat disimpulkan strategi ekonomi kreatif dengan metode Triple Helix pada usaha payung geulis ini dapat dikatakan relatif bergantung pada strategi yang promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Kata Kunci: *Ekonomi Kreatif, Triple Helix, SWOT.*

Abstract

Payung geulis is one of the icons of the creative economy of the city of Tasikmalaya which has its own characteristics in its manufacture. This study aims to analyze the creative economy development strategy at Payung Geulis SMEs in the city of Tasikmalaya and the strategy used in this creative economy development is a SWOT analysis strategy with the Triple Helix method. In this study, data collection in the form of qualitative methods was also carried out by conducting observations and interviews at one of the Payung Geulis businesses in Tasikmalaya. The results of this study indicate that the Payung Geulis by Nailah Collection has decreased in production with a lack of promotional strategies, it will have an impact on the sustainability of the ongoing business. Based on the SWOT analysis that has been carried out, it can help business actors to be able to determine the strategies that must be carried out first in order to achieve the desired goals. Based on this decrease, it is necessary to have creativity and innovation in various ways in order to increase the production of this Payung Geulis business. Hence, it can be concluded that the creative economy strategy with the Triple Helix method in this Payung Geulis business can be said to be relatively dependent on the promotion strategy carried out by business actors.

Keywords: *Creative Economy, Triple Helix, SWOT.*

1. PENDAHULUAN

Dalam era *society* 5.0 ini, dimana kita selaku manusia dapat menyelesaikan berbagai tantangan dan juga suatu permasalahan dengan memanfaatkan berbagai inovasi dan mengikuti segala perubahan serta perkembangan teknologi yang terbaru. Hal ini membuat kita harus selalu siap dalam menghadapi perubahan-perubahan ini, apalagi dalam dunia pekerjaan dan perbisnisan. Dalam dunia perbisnisan ini banyak sekali tantangan yang dihadapi salah satunya kurangnya SDM yang berkualitas. Tantangan ini bukan hanya harus menyiapkan SDM yang siap untuk bekerja, namun perlu adanya juga suatu tindakan dalam diri seseorang untuk mempersiapkan suatu tekad yang kuat agar mampu bersaing serta dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar (Suliswanto, 2010). Di Indonesia tingkat pengangguran masih sangat tinggi. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan pada bulan februari 2022 tingkat pengangguran di Indonesia mencapai 8,4 juta orang atau 5,83 persen walaupun pengangguran di Indonesia tercatat mengalami penurunan dibandingkan dengan bulan februari 2021, namun kondisi ketenagakerjaan di Indonesia saat ini masih dikatakan belum bisa mengalami pemulihan permasalahan pengangguran yang terjadi (Statistik, 2022). Pengangguran ini disebabkan karena banyaknya pencari pekerjaan pada setiap tahunnya yang bertambah sedangkan lapangan kerja di Indonesia tidak mencukupi.

Sistem pada ekonomi kreatif diyakini dapat menjadikan solusi untuk mengatasi permasalahan pengangguran di Indonesia dan menjadi suatu alternatif dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi globalisasi di Indonesia (Polnaya & Darwanto, 2015). Ekonomi kreatif merupakan suatu teori dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan untuk terbentuknya suatu inovasi (Purnomo, 2016). Indonesia merupakan negara dengan kekayaan yang sangat berlimpah maka peran ekonomi kreatif ini sangat akan membantu dalam memanfaatkan sumber kekayaan yang negara Indonesia miliki dengan kreativitas masyarakat Indonesia (Murniati, 2009). Kota Tasikmalaya merupakan suatu kota yang dimana terkenal dengan sebutan kota santri, kota Tasikmalaya ini banyak sekali sektor kreatif yang dihasilkan oleh masyarakat tersebut, contohnya dalam bidang kuliner saja banyak sekali kuliner-kuliner bahkan *cafe-cafe* yang berkembang di kota santri ini. Selain kuliner di Tasikmalaya juga terkenal dengan berbagai macam kerajinan tangannya sebagai ciri khas kota Tasikmalaya, seperti kelom geulis, mendong, bordir, payung geulis, dan lain sebagainya.

Dengan adanya sektor ekonomi kreatif ini sangat membantu perekonomian di Indonesia dan menurunkan tingkat pengangguran yang cukup besar di Indonesia. Dalam menjalankan suatu usaha tersebut maka harus menggunakan suatu strategi yang cukup baik dalam mendirikan suatu usaha ataupun bisnis agar bisnis yang kita jalani dapat berkembang dan dapat membuka peluang bagi orang lain untuk bekerja (Rodhiah et al., 2021). Dalam menentukan strategi ekonomi kreatif yang tepat kita juga harus mengetahui pihak-pihak yang akan memberikan suatu bantuan dalam perkembangan usaha yang akan dijalani yaitu *academic*, *government*, dan *business* (*Triple Helix*) (Mas'ud, 2017; Nuraini & Nasri, 2017). Dari ketiga kolaborasi inilah akan menciptakan suatu sinergi atau kerjasama yang sangat menguntungkan, dan dari ketiga aktor tersebut akan berperan dengan baik dan optimal untuk terwujudnya suatu ekonomi yang kreatif bagi bangsa Indonesia.

Penelitian ini akan membahas mengenai strategi ekonomi kreatif pada UMKM payung geulis yang berada di kota Tasikmalaya dengan menggunakan metode *Triple Helix* karena dalam menjalankan suatu bisnis diperlukannya beberapa aktor yang terdapat dalam metode

Triple Helix. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *Triple Helix* dalam menentukan strategi ekonomi kreatif pada UMKM payung geulis yang berada di kota Tasikmalaya agar terwujudnya dan meningkatnya suatu sektor ekonomi yang kreatif di kota Tasikmalaya.

2. LANDASAN TEORI

Pada penelitian ini menggunakan penggalian informasi dari peneliti sebelumnya sebagai bahan acuan dalam mengetahui kekurangan maupun kelebihan yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Selain itu juga, pengumpulan informasi didasarkan pada jurnal, artikel maupun buku-buku yang relevan untuk mendapatkan suatu informasi yang sudah ada sebelumnya dengan tetap mengacu pada keterkaitan judul yang digunakan pada penelitian ini.

2.1. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif diartikan sebagai suatu aktivitas yang didasarkan pada daya kreatifitas maupun kemampuan intelektual yang akan menghasilkan lapangan pekerjaan serta kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia dan suatu kreativitas dalam diri seseorang (Daulay, 2018). Perkembangan ekonomi kreatif saat ini dapat memberikan suatu manfaat dengan tumbuhnya berbagai ide serta inovasi dapat menjadi terobosan dalam menciptakan suatu persaingan bisnis secara sehat dan dapat mengurangi angka pengangguran.

2.2. Strategi

Strategi merupakan suatu perencanaan dalam jangka waktu yang panjang dan dirancang untuk melaksanakan suatu pencapaian atas sasaran dan tujuan yang telah ditentukan. Tanpa adanya suatu strategi yang baik dalam usaha akan menimbulkan resiko serta dapat mendatangkan berbagai kerugian bahkan bisa menimbulkan terjadinya suatu kegagalan dalam bisnis yang sedang dijalankan.

2.3. *Triple Helix*

Triple Helix adalah hubungan kerjasama antara tiga aktor penggerak pada ekonomi kreatif yang merupakan salah satu strategi peningkatan dalam pemenuhan suatu kreasi dan inovasi pelaku usaha dalam memberikan inovasi yang optimal untuk pengembangan suatu bisnis (Asmoro, 2012). Model pengembangan *Triple Helix* didasari dengan adanya sebuah rangkaian kerja untuk bersinerginya interaksi (Etzkowitz & Leydesdorff, 1997) serta hubungan aktor-aktor penggerak dalam industri kreatif untuk dapat meningkatkan suatu inovasi yang menjadi faktor terpenting dalam meningkatkan kinerja dan keunggulan daya saing pelaku usaha (Asyhary dan Wasitowati, 2015). Pada Usaha kerajinan payung geulis Nailah yang bertempat di kota Tasikmalaya memiliki kemampuan inovasi yang tinggi untuk bertahan dan bersaing dengan usaha sejenis yang berlokasi di wilayah yang sama, dengan mengedepankan suatu daya kreatifitas dalam hal motif, bahan serta keunggulan yang dimiliki.

2.4. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threat*) dapat diartikan sebagai analisis untuk mengumpulkan informasi mengenai kinerja atau pengembangan yang telah dan akan dilalui oleh sebuah organisasi maupun pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya (Rangkuti, 2014). Analisis ini sangat bermanfaat dalam mengetahui sejauh mana permasalahan atau suatu topik yang dilihat berdasarkan pada 4 elemen yang berbeda. Hasil pada analisis ini biasanya mendasarkan pada suatu arahan untuk dapat mempertahankan keunggulan dan kekuatan dari peluang yang didapat, serta menghindari ancaman dan mengurangi kelemahan.

2.5. Peneliti Terdahulu

Zul Asfi Arroyhan Daulay (2018), meneliti mengenai suatu pengembangan strategi ekonomi kreatif menggunakan metode *Triple Helix* dengan mengangkat studi pada UMKM di kota Medan. Pada penelitiannya menggunakan metode kualitatif dengan berpedoman pada analisis induktif yang memfokuskan pada studi kasus suatu objek bersifat kontemporer, menyatakan bahwa pengembangan ekonomi kreatif pada sektor kerajinan menempati posisi ketiga setelah kuliner dan *fashion*, serta pola *Triple Helix* pada penelitiannya menunjukkan harus adanya kolaborasi dengan cara simbiosis mutualisme untuk meningkatkan pengembangan ekonomi kreatif, dan adanya strategi agresif dengan mengandalkan kekuatan untuk mendatangkan peluang (Daulay, 2018).

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini dilakukannya pengumpulan data berupa metode kualitatif dimana metode ini berfokus pada gagasan pengamatan materi yang didukung dengan pengumpulan informasi, penyusunan data dan mengambil kesimpulan berupa deskripsi atas pengamatan yang telah dilakukan. Pada metode penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan informasi sebanyak mungkin dari pelaku bisnis usaha kerajinan payung geulis Nailah dengan membentuk informasi-informasi tersebut menjadi suatu objek pada penelitian yang dilaksanakan.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa metode observasi dan wawancara. Observasi merupakan teknik pengambilan data dengan mengamati suatu objek yang disertai pencatatan secara sistematis terhadap perilaku atau keadaan suatu objek sasaran. Sedangkan wawancara merupakan teknik pengambilan data secara tatap muka yang berlangsung melalui proses komunikasi langsung secara tanya jawab untuk mengetahui keadaan suatu objek yang akan menjadi sasaran.

Pada penelitian ini dilakukannya pengamatan objek yang dituju secara langsung ke sentra kerajinan payung geulis Nailah yang bertempat di Jl. Panyingkiran I No. 17 Kec. Indihiang, Kota Tasikmalaya, diperoleh data dengan menggunakan teknik analisis SWOT serta observasi secara langsung kepada sang pemilik untuk memperoleh suatu fakta yang dijadikan sebagai acuan pada penyusunan penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi kreatif di kota Tasikmalaya ini sangat berkembang pesat, salah satunya UMKM payung geulis sebagai ciri khas dari kota Tasikmalaya. Industri kerajinan payung geulis Nailah *Colletion* yang berada di Jl. Panyingkiran I No. 17 Kec. Indihiang, Kota Tasikmalaya merupakan usaha yang dijadikan sebagai mata pencaharian masyarakat sekitar. Usaha Nailah *Colletion* ini telah berdiri sejak abad ke-19 dan sudah berkembang sampai saat ini secara turun temurun dari generasi ke generasi. Adanya usaha Nailah *Colletion* ini dapat menambah lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

Pada dasarnya payung berfungsi sebagai pelindung seseorang ketika sedang hujan ataupun cuaca panas yang sangat terik, namun berbeda dengan payung geulis yang memiliki berbagai fungsi yaitu hiasan dalam suatu pameran contohnya pada acara Tasikmalaya *October Festival* (TOF). Payung geulis juga dijadikan sebagai penghias para mojang tasik yang sedang memakai kebaya dalam suatu acara tertentu seperti dalam suatu upacara adat, acara pernikahan sampai dijadikan dekorasi berbagai tempat baik hotel, restoran maupun tempat pariwisata yang lainnya sehingga dapat meningkatkan keunikan tersendiri untuk menarik para wisatawan agar ciri khas kota Tasikmalaya ini dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam penjualan payung geulis Nailah *Colletion* ini beragam harganya sesuai dengan ukuran dan jenis payung yang diminta oleh konsumen dimulai dengan harga Rp 35.000 – Rp 150.000. Pembuatan payung geulis ini sangat berbeda dengan pembuatan payung pada umumnya, payung geulis ini dibuat dengan cara *homemade* namun untuk gagangnya dibuat dengan menggunakan mesin bor agar terlihat lebih rapi. Pembuatan payung geulis ini melalui berbagai tahapan. Tahap pertama, membuat kerangka payung yang terbuat dari bambu dan diikat menggunakan benang atau tali, kemudian pengerajin memasang kertas maupun kain sesuai dengan jenis payung yang akan dibuat dengan bentuk bulat dari ukuran terkecil hingga terbesar tergantung pemesanan dari konsumen. Tahap kedua, jika kertas dan benang sudah terpasang, maka tahapan selanjutnya yaitu melukis pada bagian kertas payung dengan motif lukisan sesuai pemesanan konsumen. Motif pada payung geulis sangat beragam diantaranya berupa batik, bunga, dan hewan seperti kupu-kupu dan lainnya tergantung minat konsumen, namun untuk motif yang paling *best seller* yaitu motif bunga sakura. Tahapan terakhir yaitu dipernis dengan tujuan agar payung geulis tersebut lebih menarik dengan motif lukisan yang lebih hidup. Setelah lukisannya kering kemudian melakukan pemasangan gagang pada payung geulis tersebut. Kemudian payung geulis tersebut siap untuk dipasarkan.

Pada industri kerajinan payung geulis diperlukannya beberapa aktor dalam pengembangan usahanya, aktor tersebut meliputi *academic*, *government*, dan *business* (*Triple Helix*). Ketiga aktor tersebut memiliki peran yang sangat penting antara satu dengan yang lainnya dalam menjalankan suatu usaha. Pola interaksi dari aktor-aktor tersebut (pelaku UMKM payung geulis, pemerintah, dan akademisi) harus bekerja sama dan saling berkaitan satu dengan yang lainnya dalam mengembangkan usaha ekonomi kreatif ini. Peran *Triple Helix* dalam pengembangan usaha payung geulis ini diantaranya yaitu:

1) Akademis

Dalam mengembangkan usaha UMKM payung geulis ini akademis memiliki peran melakukan riset agar lebih memanfaatkan sumber daya yang tersedia, melakukan suatu

pelatihan sebagai usaha mengembangkan UMKM payung geulis seperti melakukan pelatihan desain dan produksi dengan menggunakan kemajuan teknologi yang ada.

2) Pelaku Usaha

Peran pelaku usaha terhadap perkembangan usaha payung geulis yaitu melakukan pengembangan suatu strategi baru dengan mengikuti berbagai macam kegiatan seperti sosialisasi, workshop, dan lain sebagainya.

3) Pemerintah

Peran pemerintah dalam pengembangan usaha payung geulis yaitu dengan memberi fasilitas yang memadai kepada usaha payung geulis tersebut. Fasilitas tersebut antara lain : memfasilitasi usaha payung geulis dalam mempromosikan produknya ke luar negeri, mall, pameran dan lainnya serta memberikan suatu bantuan modal usaha.

Berdasarkan peran *Triple Helix* tersebut memiliki hubungan yang saling menguntungkan, dimana pemilik usaha mendapatkan suatu dukungan dari pemerintah seperti mendapatkan bantuan berupa modal usaha. Selain itu juga dalam akademisi, aktor tersebut akan berusaha dalam pengembangan usaha dengan inovasi yang diperoleh dari hasil riset dengan menggunakan perkembangan teknologi terbaru, dan sebagai pelaku usaha sangat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar seperti membuka lapangan pekerjaan baru. Apabila metode *Triple Helix* sudah ditentukan, maka pelaku usaha dapat menentukan strategi yang akan diambil dalam mengembangkan usahanya.

Strategi adalah suatu perencanaan dengan jangka waktu yang panjang untuk tercapainya suatu tujuan dan sasaran yang akan dicapai oleh seseorang yang sudah ditentukan. Banyak sekali strategi dalam melakukan perkembangan suatu usaha atau bisnis, salah satunya yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT dalam usaha payung geulis ini digunakan untuk menentukan suatu perbandingan antara payung geulis yang merupakan ciri khas tasik dengan payung-payung modern lainnya. Adapun analisis SWOT dalam UMKM payung geulis Nailah Collection sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Analisis SWOT Usaha Payung Geulis

Strength (Kekuatan)	Weaknees (Kelemahan)
1. Pembuatan payung geulis Nailah <i>Collection</i> dibuat secara <i>homemade</i> .	1. Kurangnya melakukan promosi sehingga masyarakat luas tidak semuanya mengenal payung geulis.
2. Bahan yang digunakan dalam pembuatan payung geulis Nailah <i>Colletion</i> sangat mudah untuk didapatkan.	2. Payung geulis ini tidak bisa dipakai untuk kegiatan sehari-hari apalagi dipakai pada musim hujan.
3. Payung geulis ini sering digunakan dalam berbagai kegiatan, salah satunya dijadikan sebagai hiasan di hotel dan pada acara-acara tertentu.	3. Gaji yang diberikan kepada karyawan pembuatan payung geulis ini sangatlah minim.
4. Payung geulis ini memiliki keunikan yang berbeda dengan payung-payung modern yang lainnya.	4. Generasi muda enggan melanjutkan kerajinan payung geulis ini karena tidak adanya suatu pelatihan yang khusus.

<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada pembuatannya payung geulis memiliki keunikan tersendiri, dengan keunikannya tersebut dapat membuka peluang yang cukup besar ketika dijual dipasaran. 2. Payung geulis ini akan banyak dicari oleh para pelaku kesenian untuk suatu media pendukung tari dan hiasan kesenian. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya peminat payung geulis karena payung geulis tersebut tidak bisa digunakan untuk kegiatan sehari-hari. 2. Payung geulis ini tidak berproduksi setiap hari karena kurang dalam peminatnya.

Payung geulis memiliki keunggulan pada keunikan dan pada cara pembuatannya karena motif pada payung geulis ini sangat unik, namun pada kelemahannya payung geulis ini kurangnya melakukan promosi sehingga kurang dikenal masyarakat luas dan juga payung geulis ini tidak bisa digunakan pada musim hujan. Payung geulis ini memiliki peluang yang cukup besar ketika kota Tasikmalaya ini mengadakan berbagai macam kesenian seperti acara TOF. Namun payung geulis juga mempunyai ancaman yang cukup serius karena kurangnya peminat payung geulis ini untuk di pakai sehari-hari, disebabkan payung geulis tidak bisa dipakai saat musim hujan sehingga para konsumen pun akan lebih memilih payung modern.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan metode wawancara pada UMKM payung geulis Nailah *Colletion* ini dapat diketahui bahwa usaha mengalami penurunan dalam bidang produksi karena kurangnya suatu promosi yang dilakukan. Dengan adanya penurunan tersebut maka perlu adanya inovasi yang lebih berkembang dengan kemajuan teknologi yang terbaru serta lebih aktif dalam berpartisipasi dalam suatu acara seperti *workshop*, pameran, festival, dan lainnya. Dalam pembuatan payung geulis ini juga perlu adanya suatu pelatihan agar generasi muda ini dapat melestarikan salah satu hasil karya yang menjadi ciri khas kota Tasikmalaya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan dapat diketahui bahwa aktor terpenting yang mendorong berkembangnya kreativitas pelaku usaha ekonomi kreatif yaitu terdiri dari academic, government, dan business (*Triple Helix*). Metode *Triple Helix* yang digunakan pada UMKM payung geulis Nailah *Collection* ini memiliki hubungan timbal balik dan saling berkaitan yang akan menghasilkan suatu kolaborasi peningkatan pengembangan usaha yang sedang dijalankan. Dengan tercapainya suatu metode *Triple Helix* maka akan mempengaruhi strategi yang baik sebagai satu kesatuan dalam meningkatkan pengembangan usaha.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa payung geulis Nailah *Collection* mengalami penurunan dalam produksi dengan kurangnya strategi promosi, maka akan berdampak pada keberlangsungan usaha yang sedang dijalankan. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan dapat membantu pelaku usaha untuk dapat menetapkan strategi yang harus dijalankan terlebih dahulu agar mencapai tujuan yang diinginkan. Berdasarkan penurunan tersebut perlu adanya suatu kreativitas serta inovasi dalam berbagai hal agar dapat meningkatkan jumlah produksi usaha payung geulis ini. Maka dapat disimpulkan strategi ekonomi kreatif dengan metode *Triple Helix* pada usaha payung geulis ini dapat dikatakan relatif bergantung pada strategi yang promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro, E. I. (2012). Perancangan Inkubator Model Triple Helix Untuk Efektivitas Proses Knowledge Transfer Sebagai Strategi Pengembangan IKM. Makalah. *Proceeding Call for Paper Pekan Ilmiah Dosen FEB*, 14.
- Asyhary dan Wasitowati. (2015). Hubungan Triple Helix, Inovasi , Keunggulan Bersaing dan Kinerja. *Sultan Agung Islamic University*, 2(1), 320–334.
- Daulay, Z. A. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan). *Tansiq*, 59.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1997). Universities and the global knowledge economy: A triple helix of university-industry relations. *Preprint Version of: Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L.(1997). Universities and the Global Knowledge Economy: A Triple Helix of University-Industry-Government Relations. London: Pinter. [Archival Reprint]*.
- Mas' ud, M. I. (2017). Penyusunan Hirarki Triple Helix Untuk Menentukan Prioritas Berkelanjutan UKM (Studi Kasus UKM D'organic). *Prosiding SENATEK 2015*, 1(A), 565–570.
- Murniati, D. E. (2009). Peran perguruan tinggi dalam triple helix sebagai upaya pengembangan industri kreatif. *Seminar Nasional Peran Pendidikan Kejuruan Dalam Pengembangan Industri Kreatif. Jurusan PTBB FT UNY*, 21.
- Nuraini, N., & Nasri, R. (2017). *Strategi Pengembangan Industri Kreatif dengan Pendekatan Triple Helix (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Tangerang Selatan)*.
- Polnaya, G. A., & Darwanto, D. (2015). Pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada ukm ekonomi kreatif batik bakaran di pati, jawa tengah. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 22(1).
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot rating dan OCAI*.
- Rodhiah, Widyani, A. I., & Winduwati, S. (2021). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Melalui Redesain Kemasan UKM Cap Cus Di Jambi. *PRIMA: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–6.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55047/prima.v1i1.10>
- Statistik, B. P. (2022). *Februari 2022: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,83 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 2,89 juta rupiah per bulan*. Bps.Go.Id.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/05/09/1915/februari-2022--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-83-persen.html>
- Suliswanto, M. S. W. (2010). Pengaruh produk domestik bruto (PDB) dan indeks pembangunan manusia (IPM) terhadap angka kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 357–366.