

## PENGEMBANGAN EKOSISTEM INDUSTRI KREATIF KULINER DENGAN MENGUNAKAN HELIX MODEL (*Kajian Sub Sektor Kuliner di Kota Bandar Lampung*)

Umi Lestari<sup>1</sup>, Arif Sugiono<sup>2</sup>, Jeni Wulandari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

<sup>2,3</sup>Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia  
umilestari841@gmail.com

**Abstract:** *The purpose of the study was to describe the role of collaboration between actors in the development of the culinary creative industry in Bandar Lampung City. The problem is the lack of optimal cooperation between the actors involved. The theory uses General System Theory and Helix Model. This type of research is descriptive, qualitative approach. Data were collected through: interviews, observations and literature. Determination of informants with the purposive sampling. Data analysis by means of: data condensation, data verification and drawing conclusions. Data validation using source triangulation. From the research, it can be seen: (1) The development of the creative industry of Bandar Lampung City has involved academics, government, community, business, and mass media (2) Field findings are that academic actors have not developed optimally and (3) Cooperation between existing Penta helix model actors in Bandar Lampung City, from the results of the research, there has not been a collaboration synergy. Research recommendations: It is hoped that in the future the Government as a policy maker should maintain the business ecosystem through the preparation of long-term policy designs and programs and the next researcher is advised to take a research focus with a different locus or do a comparison with the same focus.*

**Keywords:** *Collaboration, Ecosystem, Helix Model, Creative Industry, Culinary*

**Abstrak:** Tujuan Penelitian mendeskripsikan peran kolaborasi antar aktor dalam pengembangan industri kreatif kuliner di Kota Bandar Lampung. Permasalahannya adalah kurang optimalnya kerjasama antar aktor yang terlibat. Teori menggunakan *General System Theory* dan *Model Helix*. Jenis penelitian deskriptif, pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui: wawancara, observasi dan kepustakaan. Penentuan informan dengan teknik *purposive*. Analisis data dengan cara: kondensasi data, verifikasi data dan penarikan kesimpulan. Validasi data menggunakan *triangulasi* sumber. Dari penelitian dapat diketahui: (1) Pengembangan industri kreatif Kota Bandar Lampung sudah melibatkan akademisi, pemerintah, komunitas, bisnis, dan media massa (2) Temuan lapangan adalah Aktor Akademisi belum berperam secara optimal dan (3) Kerjasama antar aktor model *pentahelix* yang ada di Kota Bandar Lampung dari hasil penelitian belum melakukan sinergi kolaborasi. Rekomendasi penelitian: Diharapkan kedepannya Pemerintah sebagai pembuat kebijakan hendaknya memelihara ekosistem bisnis melalui penyusunan desain dan program kebijakan jangka panjang dan peneliti berikutnya disarankan mengambil fokus penelitian dengan lokus yang berbeda atau melakukan perbandingan dengan fokus yang sama.

**Kata Kunci:** Kolaborasi, Ekosistem, Helix Model, Industri Kreatif, Kuliner

### Pendahuluan

Ekonomi kreatif adalah gelombang keempat tahapan pembangunan ekonomi setelah ekonomi pertanian, industri, dan informasi. Ekonomi kreatif akan menjadi sektor ekonomi penting di masa depan, dikarenakan berbasis kreativitas dari orang-orang kreatif yang merupakan sumber daya terbarukan. Ekonomi kreatif memiliki bagian di dalamnya. Salah satu

bagian tersebut adalah industri kreatif (KemeneparRI: 2015).

Industri kreatif merupakan bentuk pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu dengan cara menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Industri kreatif di Indonesia memiliki 16 sub sektor antara lain: Aplikasi dan Game, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Fesyen, Desain Produk, Film, Animasi & Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Televisi & Radio, Seni Pertunjukan, dan Seni Rupa (KemeneparRI: 2015). Industri kreatif di Indonesia menunjukkan peran dan kontribusi yang signifikan terhadap beberapa aspek diantaranya: kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja, terhadap produk domestik bruto (PDB), besaran ekspor produk-produk ekonomi kreatif, *forward and backward linkage* dalam sistem produksi dan hak cipta bagi pelaku industri kreatif (Sugiono, 2019; Nuraini & Bagja, 2019). Dengan semakin berkembangnya industri kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Arif Yahya menjelaskan terdapat ekosistem yang harus dibangun untuk mengembangkan industri kreatif.

Ekosistem tersebut merupakan kerjasama antar beberapa aktor. Adapun aktor yang terlibat menurut Leydesdorff & Etzkowitz (1996), antara lain akademisi, bisnis/swasta, dan pemerintah, atau yang dikenal dengan istilah *the triple helix model*. *Triple helix* menjadi salah satu model kolaborasi antar aktor yang dapat mendorong perkembangan industri kreatif di daerah-daerah yang memiliki potensi industri kreatif (Daulay, 2018; Mukhlis, 2018). Namun, seiring dengan perkembangan lingkungan yang semakin kompleks dan dinamis, proses inovasi dalam pengembangan industri kreatif harus melibatkan aktor lain, yaitu komunitas kreatif (Kemenpar, 2014; Prasyati, 2017; Carayanni, et.al, 2012). Selain keempat aktor tersebut, terdapat aktor lain yang memiliki peran penting dalam pengembangan industri kreatif yaitu media dan disebut dengan perspektif *pentahelix* (Muhyi, et.al, 2017; Candranegara, et.al, 2019).

Beberapa peneliti terdahulu telah melakukan kajian terhadap pengembangan industri kreatif pada berbagai subsektornya. Beberapa diantaranya menjelaskan tentang pemetaan industri kreatif di tingkat kota (Hendarwin & Kartika, 2018; Gunawan et.al, 2017). Selain itu, terdapat penelitian tentang strategi pengembangan Industri kreatif dengan menggunakan model *triple helix* (Mukaffi, et.al, 2017; Daulay, 2018). Hasil dari beberapa penelitian tersebut, menunjukkan bahwa masih rendahnya kolaborasi antar aktor dalam pengembangan industri kreatif. Berangkat dari kondisi diatas, penelitian ini akan membahas tentang peran aktor yang terlibat, dan bentuk model kolaborasi antar aktor dalam pengembangan ekosistem industri kreatif subsektor kuliner di Kota Bandar Lampung.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif atau bisa disebut juga metode

naturalistik, (Sugiyono: 2013). Strategi yang digunakan adalah studi kasus, peneliti akan mengemukakan sebuah program, peristiwa, proses, aktivitas atau sekelompok individu (Creswel:2014). Informan penelitian ditentukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Terdapat 10 informan penelitian. Terdiri atas aktor industri kuliner 4 orang, aktor pemerintah 2 orang, aktor akademisi 2 orang, aktor komunitas 1 orang dan aktor media 1 orang. Kepada 10 informan tersebut peneliti melakukan wawancara baik secara langsung maupun melalui telepon seluler. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi kepada kelima aktor baik secara langsung maupun observasi secara online. selanjutnya, peneliti juga mengumpulkan data sekunder yang diperoleh dari media elektronik, kepustakaan, internet, media sosial, dan jurnal. Analisis data digunakan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/ penarikan kesimpulan (Miles & Huberman:1994). Validitas data dengan menggunakan triangulasi sumber. Fenomena yang diamati adalah model kerjasama yang terbentuk dalam pengembangan industri kuliner di Kota Bandar Lampung, dilihat dari aktor yang terlibat dan peran aktor.

## **Hasil dan Pembahasan**

Pengembangan ekosistem industri kreatif kuliner tidak dapat dilakukan dengan baik, tanpa campur tangan dari para stakeholder. Arif Yahya memberikan penjelasan tentang aktor-aktor atau stakeholder yang terlibat dalam kolaborasi ekosistem industri kreatif yaitu, Pemerintah, Akademisi, Bisnis, Media dan Komunitas, yang disebut dengan Model *Pentahelix*. Pengembangan ekosistem industri kuliner di Kota Bandar Lampung dari hasil penelitian menggunakan model pentahelix.

### **1. Identifikasi Aktor yang Terlibat**

Dalam industri kuliner, selain industri utama, terdapat industri pendukung yang akan melengkapi proses terbentuknya kuliner hingga dapat dinikmati oleh masyarakat umum, (KemenparRI: 2016). Industri kuliner di kota Bandar Lampung semakin berkembang. Dalam proses perkembangan tersebut tentunya tidak terlepas dari peran aktor-aktor yang ada di dalamnya. Hasil identifikasi aktor sesuai dengan *helix model* antara lain: aktor pemerintah dalam hal ini Walikota Bandar Lampung, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Bandar Lampung, dinas koperasi dan UMKM, Dinas Kesehatan. Pemerintah memiliki peran sebagai regulator sekaligus kontroler. Aktor Bisnis/Swasta merupakan aktor yang menjalankan usaha dalam hal ini adalah industri kreatif kuliner. Terdapat beberapa usaha kuliner yang menjadi informan penelitian, antara lain: Akabay Kafe & Resto, Dr.Koffie Kafe, Encim Gendut dan Batagor Harum Sari. Aktor akademisi dalam hal ini tercatat beberapa kampus-kampus yang ada di Kota Bandar Lampung diantaranya Unila, UBL, Darmajaya, Malahayati, dan Polinela. Selanjutnya terdapat aktor yang memiliki peran tidak kalah penting yaitu aktor yang berbasis media dan budaya

(Carayannis & Campbell, 2009). Pada penelitian ini, aktor media tersebut yaitu media sosial Influencer kuliner @lampungkuliner, media sosial radio @sai100fm, @dradiolampung. Media cetak yaitu Tribun Lampung dan Lampung Post. Aktor kelima yaitu komunitas, diantaranya APJI, Kompakers, KPK, Fotografi Kopi, komunitas music, genpi, dan Lampungfoodies.

## 2. Peran Aktor yang Terlibat

*Government* atau pemerintah menjadi salah satu aktor utama dalam pengembangan ekosistem industri kreatif. Pemerintah pada umumnya birokrasi menjadi aktor administrasi yang paling bertanggung jawab dalam implementasi kebijakan pengembangan industri kreatif. Aktor pemerintah yang terlibat dan memiliki peran dalam pengembangan industri kreatif kuliner antara lain: Walikota, Dispar, Dinkes, DiskopUKM, Disperindag. Dari hasil penelitian, peran masing-masing aktor pemerintah sebagai berikut:

**Tabel 1. Peran Aktor Pemerintah**

<b>Aktor</b>	<b>Peran</b>	<b>Realisasi</b>
Walikota	Memberi komando dan arahan kepada seluruh dinas-dinas untuk menyusun dan melaksanakan program pengembangan kuliner	Terdapat beberapa program seperti event bazar kuliner dan event kuliner lainnya.
Dispar	Urusan bidang industri kreatif, pelatihan UMKM, membangun jaringan pemasaran, pembinaan UMKM	Pembinaan yang dilakukan belum kepada industri kreatif kuliner. Akan tetapi, kepada industri pengolahan kopi dan sentra industri keripik.
Disperindag	Memberi fasilitas kepada UMKM dan Industri kreatif kuliner dalam urusan industri dan perdagangan	Sudah terealisasi
Dinkes	Membuat standarisasi kesehatan produk makanan dan minuman. PIRT Produk,	Sudah terealisasi
DiskopUKM	Memfasilitasi pendanaan dan pengembangan UKM & Koperasi	Pendanaan kepada industri kopi dan koperasi. Belum kepada industri kreatif kuliner.

Sumber: Data Diolah Hasil Penelitian.

Selain aktor pemerintah, Akademisi juga memiliki peran dalam pengembangan industri kreatif kuliner. Akademisi selain melakukan riset, juga mengadakan event-event yang memberi support kepada industri kreatif kuliner. Berikut hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti:

**Tabel 2. Peran Aktor Akademisi**

<b>Aktor</b>	<b>Peran</b>	<b>Realisasi</b>
Unila	Mengadakan event pasar rakyat. Mengadakan event bazar di beberapa fakultas dan jurusan yang ada di Unila. Melakukan riset terhadap industri kreatif kuliner	Sudah terealisasi program event pasar rakyat dan bazar kuliner. Belum terealisasi riset industri kreatif kuliner.

Polinela	Mengadakan event bazar kuliner. Memiliki laboratorium untuk produk makanan dan minuman	Sudah terealisasi
Malahayati	Mengadakan event bazar kuliner	Sudah terealisasi
UBL	Mengadakan event bazar kuliner Mengadakan seminar tentang strategi pengembangan kuliner	Sudah terealisasi
Darmajaya	Mengadakan event bazar kuliner. Melakukan inkubasi umkm yang memiliki produk kuliner.	Belum terlaksana secara berkelanjutan

Sumber: Analisis Hasil Penelitian.

Aktor Bisnis/Swasta. Dari hasil penelitian, aktor bisnis khususnya industri kuliner memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan industri kreatif kuliner. Selain itu terdapat aktor swasta yang juga memiliki peran. Dari hasil penelitian, aktor tersebut antara lain industri kuliner, UMKM Keripik, Gojek (*go-food*), Grab (*grab-food*) dan Hotel.

**Tabel 3. Peran Aktor Swasta Atau Bisnis**

Aktor	Peran	Realisasi
Industri Kuliner	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki peran dalam pelaksanaan ekosistem kuliner yaitu terdiri dari empat elemen antarlain, rantai nilai kreatif, lingkungan pengembang, pasar dan pengarsipan.</li> <li>Melakukan inovasi produk.</li> <li>Memberikan pengalaman kepada masyarakat.</li> <li>Menjadi jalan untuk mengurangi pengangguran.</li> <li>Menjadi salah satu sumber pendapatan daerah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Semua industri kuliner sudah menerapkan ekosistem kuliner dengan empat elemen yang ada di dalamnya.</li> <li>Selalu melakukan inovasi.</li> <li>Beberapa industri kuliner sudah melakukan peran ini.</li> <li>Sudah terealisasi.</li> </ol>
UMKM Keripik	<ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan inovasi produk dan pengemasan produk</li> <li>Melakukan promosi dan penjualan secara luas.</li> <li>Memiliki daya tarik agar menjadi tujuan para wisatawan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Sudah terealisasi.</li> <li>Sudah terealisasi.</li> <li>Sudah terealisasi, di bantu dengan promosi dari media dan pemerintah</li> </ol>
Grab-food	<ol style="list-style-type: none"> <li>Membantu dalam proses promosi produk.</li> <li>Membantu dalam distribusi produk kuliner.</li> <li>Membantu usaha kuliner agar konsumen dapat dengan mudah menemukan toko dan memesan produk secara online.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Terealisasi dengan baik dan sangat membantu usaha kuliner</li> <li>Terealisasi dengan baik bagi industri kuliner.</li> <li>Terealisasi dan sangat bermanfaat bagi usaha kuliner.</li> </ol>
Go-food	<p>Membantu pemasaran produk dengan cara memesan produk jajanan pasar kepada UMKM kuliner</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Terealisasi dengan baik dan</li> </ol>

Hotel-Hotel		sangat membantu usaha kuliner 2. Terealisasi dengan baik bagi industri kuliner. 3. Terealisasi dan sangat bermanfaat bagi usaha kuliner.  Terealisasi. Bekerja sama dengan pemerintah
-------------	--	---

Sumber: Analisis Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel hasil analisis data penelitian diatas, aktor swasta secara umum dan secara khusus aktor industri kuliner memiliki peran yang besar dalam pengembangan ekosistem industri kreatif kuliner di kota Bandar Lampung. Industri kuliner memiliki peran penting dalam menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung, Penyerapan tenaga kerja baik itu industri kuliner lokal, nasional dan internasional, (wawancara dengan Bapak Sudirman, Sekretaris Dispar Kota Bandar Lampung pada 04 Agustus 2021). Dengan adanya platform seperti Gojek dan Grab dengan layanan go-food dan grab-foodnya juga membantu industri kuliner terus berkembang dan aneka jenis kuliner mudah di temukan oleh konsumen. Selain itu, konsumen juga merasakan kemudahan dengan adanya layanan pengantaran kuliner hingga di depan rumah, (wawancara dengan pengusaha Industri kuliner owner Akabay, owner Dr.Kofie, owner batagor HS dan owner Encim Gendut). Selain dariu aktor bisnis, terdapat aktor yang juga memiliki peran yaitu aktor komunitas.

Komunitas, memiliki peran sebagai akselerator, sebagai perantara dan juga sebagai penghubung dalam proses pengembangan industri kreatif. Selain itu, komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan industri kreatif (Kemenparekraf, 2016). Berikut ini adalah hasil analisis data penelitian kepada aktor komunitas kuliner.

**Tabel 4. Peran Aktor Komunitas**

Aktor	Peran	Realisasi
APJI	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan pelatihan pengolahan, pemasaran dan packaging produk kuliner.</li> <li>2. Membantu dalam proses sertifikasi ahli bagi juru masak kuliner.</li> <li>3. Mensupport dalam kegiatan event kuliner seperti lomba olahan kuliner.</li> </ol>	Semua peran terealisasi bekerja sama dengan pemerintah dan juga lembaga sertifikasi ali sebagai juru memasak.
Lampung Foodies	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membantu proses promosi kuliner melalui media sosial.</li> <li>2. Mengadakan event kuliner secara mandiri dan bekerjasama dengan poemerintah atau komunitas lainnya.</li> </ol>	Sangat membantu bagi usaha kuliner. Sehingga mereka dapat memasarkan produk mereka dalam event bazar kuliner yang di bentuk dan juga melalui media sosial.

Kompakers	1. Melakukan pelatihan fotografi kuliner 2. Membantu promosi kuliner melalui media sosial 3. Mengadakan pelatihan memasak kuliner bagi kelompok dan umum.	Semua peran sudah dijalankan sesuai.
KPK	Melakukan fotografi kopi. Diskusi tentang pengembangan produk kopi.	Membantu usaha kuliner khususnya bagi kafe dan kedai kopi
Musik	Membantu usaha kuliner dalam menarik pelanggan datang ke usaha mereka.	Terealisasi, dan sangat membantu bagi usaha kuliner.

Sumber: Analisis Penelitian (2022)

Media, adalah aktor yang memiliki fungsi tidak kalah penting, yaitu sebagai pemberi informasi, hiburan, dan sebagai pengontrol. Menurut Kotler (2008) bahwa Media merupakan perangkat promosi yang mencakup aktivitas periklanan, *personal selling*, *public relation*, informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dan *direct marketing*. Dari hasil penelitian berikut peran dari aktor media dalam pengembangan ekosistem kuliner di Kota Bandar Lampung.

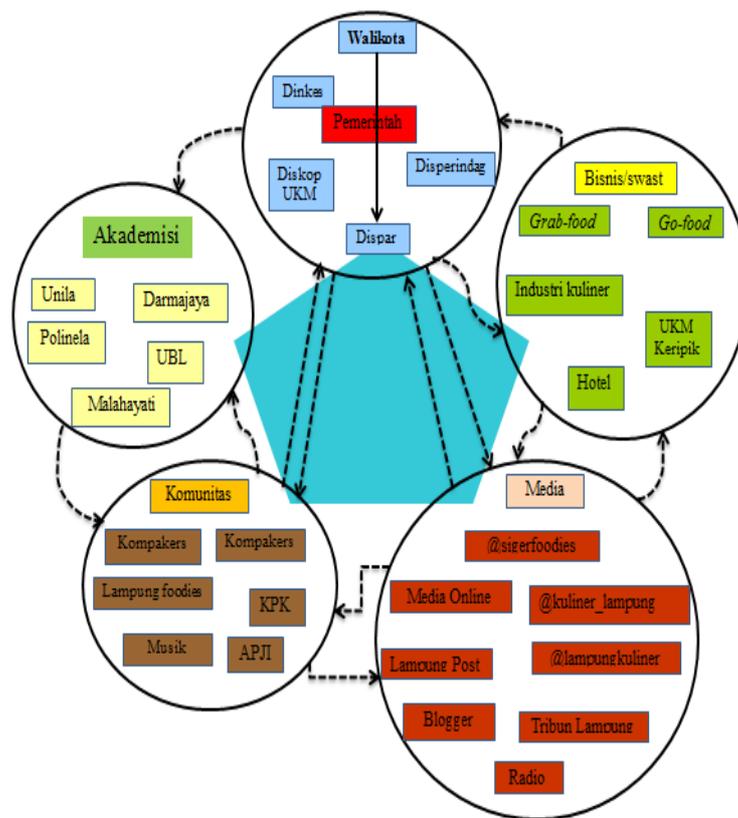
**Tabel 5. Peran Aktor Media**

Aktor	Peran	Realisasi
@lampungkuliner @sigerfoodies @kuliner_lampung	Membantu promosi kuliner melalui media sosial instagram. Memberikan informasi jenis-jenis kuliner, lokasi usaha, dan memberitahu testimoni dari cita rasa kuliner	Terealisasi dan sangat membantu bagi usaha kuliner dalam memperkenalkan usaha mereka.
Lampung post Tribun Lampung	Membantu promosi kuliner melalui media cetak, website dan media sosial instagram.	Menjalankan peran dengan sesuai dan membantu usaha kuliner memperkenalkan produknya pada masyarakat luas.
Sai 100FM D'Radio	Membantu promosi produk kuliner yang ada di Kota Bandar Lampung menggunakan media radio dan media sosial instagram.	Terealisasi dan membantu memperkenalkan produk kuliner.

Sumber: Analisis peneliti (2022)

### 3. Model Kolaborasi Antar Aktor

Dari hasil penelitian yang membahas tentang peran aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan ekosistem industri kreatif kuliner, peneliti membuat sebuah model kolaborasi yang terbentuk antara kelima aktor tersebut. Model kolaborasi yang terbentuk terlihat pada gambar 1. Berikut ini:



**Gambar 2. Model Kolaborasi Industri Kuliner di Kota Bandar Lampung**

Sumber: Hasil Analisis Peneliti (2022)

Dari gambar diatas terlihat bahwa, dari masing-masing aktor yang terlibat dan memiliki peran masih berjalan secara sendiri-sendiri. Belum terlihat adanya kolaborasi secara langsung di antara kelima aktor tersebut. Meskipun demikian, diantara aktor sudah terbangun komunikasi timbal balik yang sama-sama saling membantu dslam proses pengembangan industri kreatif kuliner, khususnya di Kota Bandar Lampung.

## Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini berkontribusi secara teoritis terhadap pengembangan ekosistem industri kreatif, khususnya subsektor kuliner. Pengembangan ekosistem bisa menggunakan beberapa model diantaranya model Triple helix, quadruple helix, dan pentahelix. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan akan ada helix tambahan dengan semakin berkembangnya penelitian kedepannya. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa aktor pada model *pentahelix* memiliki peran dalam pengembangan industri kreatif subsektor kuliner. Pemerintah memiliki peran dalam pelatihan, pembinaan dan pembiayaan UMKM kuliner, mengadakan event-event kuliner dan membantu pemasaran produk UMKM. Akademisi memiliki peran sebagai perantara bagi komunitas kuliner, memfasilitasi kolaborasi UMKM dengan industri, memberikan pelatihan-pelatihan dan seminar tentang pengembangan produk, marketing, dan SDM.

Peran media adalah membantu pemasaran dengan cara mengiklankan produk-produk kuliner. Mengadakan event-event kuliner secara mandiri dan juga kerjasama pemerintah. Peran komunitas adalah pembinaan, pelatihan kualitas produk, kemasan produk, dan pemasaran produk secara *online* dan *offline*. Peran aktor bisnis/ swasta antara lain melakukan pelatihan dan pembinaan SOP kepada karyawan, melakukan pemasaran dan promosi, melakukan pengembangan dan inovasi produk, menjaga kualitas produk, memastikan pasar konsumen yang dituju, dan selalu memastikan manajemen sistem usaha berjalan dengan baik. Model kolaborasi yang terbentuk dari hasil penelitian yaitu model kolaborasi pentahelix. Dengan melibatkan peran dari kelima aktor yaitu Akademisi, bisnis, pemerintah, media, dan komunitas. Dalam membangaun ekosistem ini masing-masing aktor masih berjalan sendiri-sendiri, belum ada kolaborasi secara langsung antar kelima kator tersebut. Terdapat keterbatasan dalam pembentukan model dari penelitian ini yaitu hanya dalam satu kota saja. Untuk selanjutnya perlu ada beberapa perbandingan antar kota atau lebih dari kota.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Bandar Lampung, seluruh industri kreatif kuliner, pihak-pihak media baik media online ataupun offline, komunitas-komunitas kuliner, Akademisi, dan kepada dosen pembimbing yang selalu membantu seluruh proses penulisan katya tulis ilmiah ini.

### **Referensi**

- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2009). "Mode 3" and "Quadruple Helix": Toward a 21st century fractal innovation ecosystem. *International Journal of Technology Management*, 46(3–4), 201–234. <https://doi.org/10.1504/ijtm.2009.023374>
- Carayannis, E. G., Barth, T. D., & Campbell, D. F. (2012). *The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1 (1), 2. <https://doi.org/10.1186/2192-5372-1-2>
- Daulay, Zul Asfi Arroyhan. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)*. *Jurnal Tansiq*, Vol. 1, No. 2
- Creswell, J. W., (2007). *Qualitative Research Designs: Qualitative, Quantitatif, and Mix Method Approaches. Four Edition*. Los Angeles: SAGE Publication
- Etzkowitz, Henry, & Leydesdorff, Loet. (1996). *Emergence of a Triple Helix of University-Industry-Government Relations*. Forthcoming in *Science & Public Policy*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif R1 2014. *Ekonomi Baru Menuju 2025*. [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Muhyi, H. A., & Chan, A. (2017). *The Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City*. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(1), 412. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Mukhlis, M. B. (2018). *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan dalam Meningkatkan Inovasi Dan Kesejahteraan*. *Jurnal Administrasi bisnis terapan*, 1(No.1), 31-43
- Praswati, A. N. (2017). *Perkembangan Model Helix dalam Peningkatan Inovasi*. 24 Mei 2017. Muhammadiyah University Press.

- Sugiono, Arif. 2019. *Dinamika Organisasi di Era Disruptive Sebuah Kajian Substantif dan Kontemporer*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran
- Suryanti. (2019). *Analisis SWOT Untuk Perumusan Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Kota Bandar Lampung*. Tesis. Universitas Lampung.