

## Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Metode *Triple Helix* untuk Mendukung Program Revitalisasi *Save Maninjau*

Oknaryana <sup>1</sup>, Tri Kurniawati <sup>2\*</sup>, Dwi Pratiwi Wulandari <sup>3</sup> & Marwan <sup>4</sup>

Universitas Negeri Padang<sup>1,2,3,4</sup>

\*Corresponding author, e-mail: [trikurniawati@fe.unp.ac.id](mailto:trikurniawati@fe.unp.ac.id)

### ARTICLE INFO

Received 13 November 2023

Accepted 16 Desember 2023

Published 17 Desember 2023

**Keywords:** ekonomi kreatif, save maninjau, triple helix

**DOI :**

<http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v6i4.15488>

### ABSTRACT

This research objective to analyze creative economy development strategies that can support the Save Maninjau revitalization program . Maninjau Lake is a lake with enchanting natural beauty. But unfortunately this lake is polluted by the presence of floating net cages. For this reason, the government launched a Save Maninjau Revitalization Program. Another potential economic sector that can be developed in Lake Maninjau is the tourism sector as well as the creative economy. This article uses a descriptive approach to analyze creative economic development strategies in the tourist village in Maninjau, namely Nagari Sungai Batang. The triple helix approach explores the roles of government, universities and business people in developing their businesses. The results of this study are the profile of creative economy actors in Nagari Sungai Batang. Next, the role of the government, universities and creative economy business actors as a strategy to develop the creative economy sector in Sungai Batang Village.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2023 by author.

### PENDAHULUAN

Danau Maninjau merupakan salah satu kawasan wisata di kabupaten Agam. Selain sebagai destinasi wisata, Danau Maninjau juga dimanfaatkan untuk berbagai tujuan seperti pembangkit listrik, sektor perikanan termasuk sumber air bersih bagi masyarakat. Keberadaan Pembangkit Listrik Tenaga Air Danau Maninjau sejak 1983 telah memberikan manfaat kelistrikan yang besar, menjadi interkoneksi antara Sumatra Barat, Riau, Jambi, Palembang, dan Lampung. Dari segi pesona alam, danau ini juga termasuk dalam 5 Danau Terindah di Dunia (versi World Atlas, 1990) yang memiliki 38 objek wisata di sekitar danau (Republika, 2021).

Keberadaan Danau Maninjau juga menjadi salah satu penopang perekonomian masyarakat di sekitarnya terutama melalui usaha keramba ikan atau dikenal dengan Keramba Jaring Apung (KJA). Masyarakat yang membudidayakan keramba jaring apung di Danau Maninjau ini merupakan masyarakat yang tinggal di beberapa nagari di sekitar Danau Maninjau khususnya di Kecamatan Tanjung Raya. Banyak masyarakat yang menjadikan keramba ikan ini sebagai sumber utama pendapatan keluarga.

Namun sayangnya, usaha keramba jaring apung di Danau Maninjau menimbulkan berbagai persoalan terutama dampak buruknya terhadap lingkungan. KJA ini memadati permukaan Danau Maninjau seperti Gambar 1 di atas. Di dasar Danau Maninjau pada sekitar kedalaman 15 meter ditemukan sedimentasi yang berasal dari limbah pangan ikan dan bangkai ikan. Sedimentasi ini kemudian menyebabkan buruknya kualitas air dan sewaktu-waktu naik ke permukaan dan menjadi penyebab matinya ikan sampai berton-ton banyaknya. Sedimentasi limbah pakan dan bangkai ikan ini terus berakumulasi menyebabkan penurunan kualitas air serta menimbulkan bau busuk. Hal ini terjadi karena jumlah KJA di Danau Maninjau sudah terlalu banyak dan melebihi ambang batas yang dapat ditoleransi (Liputan 6, 2020). Jumlah KJA di Maninjau mencapai jumlah 17.417, sementara wajarnya danau ini hanya mampu menampung maksimal sebanyak 6.000 KJA, artinya jumlah KJA tiga kali lipat dari jumlah yang dapat ditoleransi [Liputan 6, 2020; Padek, 2020] Akibatnya saat ini Danau Maninjau menjadi salah satu dari 15 danau di Indonesia dalam kategori rusak dan menjadi prioritas nasional untuk dilakukan revitaliasi dengan program yang disebut Gerakan Penyelamatan Danau (Germadan) yang diluncurkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup sesuai dengan Perda Nomor 5 tahun 2014 Kabupaten Agam tentang Pengelolaan Kelestarian Kawasan Danau Maninjau

Memindahkan atau menghapus KJA tentu bukan persoalan sederhana ketika sebagian besar masyarakat masih menjadikan KJA ini sebagai sumber penghidupan dan perekonomian keluarganya. Tindakan tegas dapat saja berujung pada timbulnya konflik dengan masyarakat. Untuk itu diperlukan program pemberdayaan ekonomi masyarakat untuk bisa secara berangsur-angsur tidak 100% lagi menggantungkan hidupnya pada usaha KJA. Selain KJA terdapat berbagai potensi lain yang bisa dikembangkan oleh masyarakat sesuai dengan potensi daerah yang mereka miliki misalnya usaha pariwisata dan ekonomi kreatif.

Nagari Sungai Batang merupakan salah satu nagari yang berada di tepi Danau Maninjau. Nagari ini sudah ditetapkan sebagai desa wisata. Nagari Sungai Batang sangat kaya akan berbagai potensi seperti wisata budaya, wisata sejarah dan tradisi adat istiadat Minangkabau yang masih sangat kental. Nagari ini merupakan tempat kelahiran Sastrawan, budayawan, politikus dan ulama besar yang dikenal di Indonesia bahkan dunia yaitu Buya Hamka. Kiprah Buya Hamka di berbagai bidang membuat Buya Hamka tidak hanya terkenal di kalangan nasional namun juga terkenal di level internasional. Selain itu, Nagari Sungai Batang memiliki 7 Jorong yang pada masing-masing Jorong memiliki potensi wisatanya masing-masing. Di Jorong Kubu terdapat rumah baca Nur St. Iskandar, Tapian Kualo, Medan Nan Bapaneh dan Balerong Adat. Di Jorong Labuah terdapat destinasi wisata Ranggeh *View*. Di daerah Jorong Nagairai terdapat wisata religi masjid dan juga makam Syech Muhammad Amrullah dan cagar budaya rumah gadang Angku Lareh. Sementara di daerah Jorong Batung Panjang terdapat Museum

Hamka, Kutub khannah dan masjid Inyiak De Er. Dan di Jorong Batu Ajung terdapat area *camping ground*. Di Jorong Data Kampung Dadok terdapat wisata air berupa terjun Sarasah Ulu Kamba. Terakhir di Jorong Tanjung Sani terdapat Puncak Tampuniak dan kawasan untuk konservasi ikan asli Danau Maninjau (Kemenparekraf, 2021)

Dengan kekayaan wisata alam dan wisata minat khusus yang ada di Nagari Sungai Batang, tentu menjadi modal yang sangat potensial untuk menghasilkan pendapatan bagi masyarakat sekitar. Keberadaan tempat wisata akan mendukung berkembangnya sektor-sektor ekonomi kreatif dan sektor pariwisata juga akan terus bertumbuh jika didukung oleh pertumbuhan sektor-sektor ekonomi kreatif (Simarmata, H. M. dkk, 2021, Dumilah, D. R dkk, 2021, Tetep, T. dkk, 2021). Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas berbasis ide dan pengetahuan sebagai faktor produksi yang utama. John Howkins (2001) mengartikan ekonomi kreatif sebagai ekonomi yang menjadikan kreatifitas, budaya, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Sedangkan menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif adalah pengembangan nilai tambah yang bersumber dari ide yang lahir dari kreatifitas manusia yang sumbernya adalah ilmu pengetahuan, termasuk juga warisan budaya dan dukungan teknologi (Kemenparekraf, 2014).

Dengan banyaknya destinasi wisata di Nagari Sungai Batang, tentu dapat menjadi potensi untuk berkembangnya ekonomi kreatif di wilayah tersebut. Namun partisipasi ekonomi kreatif di kawasan Nagari Sungai Batang masih terbatas. Di daerah tersebut belum terdapat souvenir khas Nagari Sungai Batang yang dapat dijadikan cenderamata bagi para wisatawan. Oleh-oleh khas Danau Maninjau masih berupa kuliner berbahakan olahan ikan danau berupa olahan rinuak dan ikan bada. Olahan rinuak (ikan kecil khas Danau Maninjau) dan bada ini berupa keripik rinuak, dendeng rinuak, bada crispy, bada original dan olahan lainnya yang dijajakan oleh hampir seluruh pedagang yang berjualan di sepanjang pinggir Danau Maninjau. Sektor ekonomi kreatif lain yang ada baru usaha anyaman dari eceng gondok dan rajutan. Itu pun perkembangannya belum signifikan.

Pengembangan usaha kreatif berbasis UMKM tentu perlu mendapatkan perhatian banyak pihak. Misalnya perhatian dan dukungan dari pemerintah dan instansi lain yang relevan seperti perguruan tinggi. Jika dilihat dari segi kontribusi, kontribusi dari ekonomi kreatif terhadap perekonomian Indonesia bisa dibilang cukup signifikan dan menunjukkan tren yang positif. Data dari Kemenparekraf (2019) tahun 2010 sampai 2017 memperlihatkan data seperti gambar di bawah ini:

## TREN POSITIF KONTRIBUSI EKRAF TERHADAP PDB NASIONAL

Sepanjang 2010-2017, angka PDB sektor ekonomi kreatif terus meningkat seiring dengan tren kontribusinya terhadap perekonomian nasional yang juga positif. Dari Rp. 526 triliun pada 2010, PDB ekonomi kreatif dan kontribusinya meningkat hingga Rp. 989 triliun pada 2017.

(Angka berdasarkan harga berlaku dalam triliun rupiah)

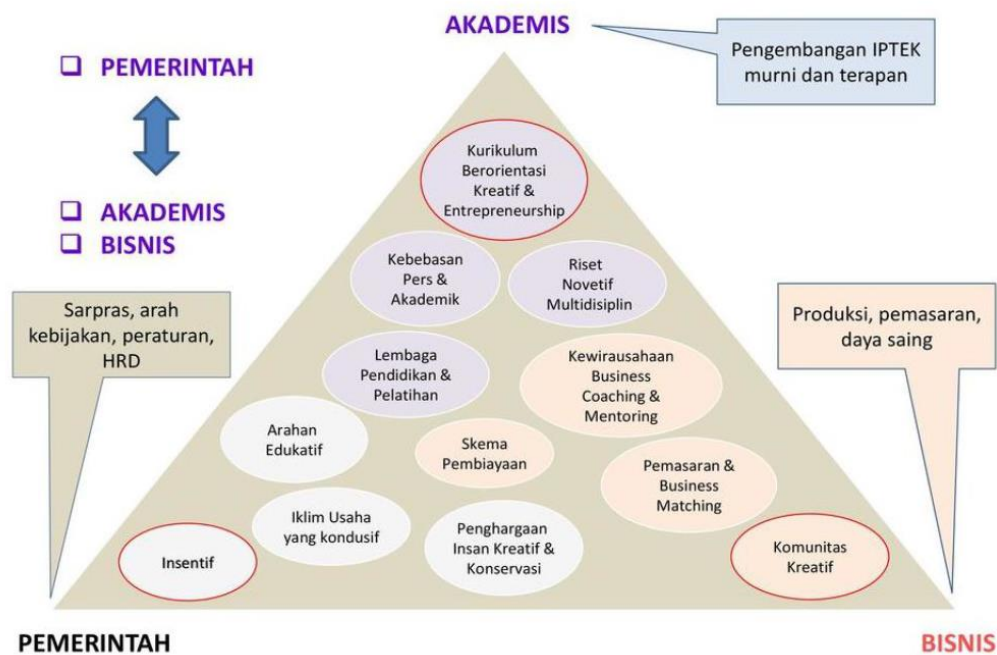


Gambar 1. Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDB Nasional Tahun 2010-2017

Dari gambar di atas terlihat bahwa dari tahun 2010 sampai 2017 terjadi tren positif kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap PDB Indonesia. Tahun 2017 kontribusinya sudah naik hampir dua kali lipat dibandingkan tahun 2010 yaitu dari 525 triliun mejadi 989 triliun rupiah. Tren ini tentu memberikan gambaran bahwa sektor ini terus berkembang dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang potensial.

Namun dibalik tren positif seperti dipaparkan di atas. Sektor ekonomi kreatif juga tidak terlepas dari masalah. Misalnya data memperlihatkan bahwa pelaku ekonomi kreatif di Indonesia ternyata di dominasi oleh pengusaha dengan pendidikan rendah. Data dari Kemenparekraf (2019) memperlihatkan bahwa ternyata pelaku ekonomi kreatif di Indonesia termasuk sektor pariwisata ternyata sebagian besar berpendidikan SMP ke bawah. Hanya 7% di tahun 2019 pelaku ekonomi kreatif yang berpendidikan tinggi. Lebih dari 50% tingkat pendidikan mereka adalah SMP ke bawah baik di sektor pariwisata maupun ekonomi kreatif. Hal ini tentu menjadi fakta yang menarik. Walaupun mereka memiliki kontribusi yang cukup signifikan namun mereka didominasi oleh tingkat pendidikan yang rendah.

Dari paparan di atas, perhatian berbagai pihak terhadap pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif tentu masih sangat dibutuhkan. Misalnya dari pemerintah untuk memberikan pendampingan dan pelatihan. Termasuk juga oleh perguruan tinggi untuk memberikan berbagai program pendampingan, pelatihan dan sebagainya sebagai perwujudan Tri dharma perguruan tinggi. Sinergitas pihak-pihak ini diistilahkan dengan pendekatan Triple Helix yang merupakan sinergitas antara akademisi, pemerintah dan pengusaha (Kardiman, 2006; Daulay, Z, 2018).



Gambar 2. Triple Helix dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif (Daulay, Z, 2018)

Gambar 2 di atas memperlihatkan peran masing-masing pihak yang terlibat yaitu pemerintah, akademisi dan pembisnis dalam pengembangan ekonomi kreatif. Kolaborasi ketiga pihak ini sesuai dengan sumber dayanya masing-masing akan memberikan dukungan dalam pengembangan ekonomi kreatif. 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). Tujuan penelitian dalam artikel ini adalah bagaimana penerapan Triple Helix dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif di Nagari Wisata Sungai Batang untuk mendukung program revitalisasi *save* Maninjau.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam riset ini adalah riset deskriptif. Riset deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menggambarkan suatu objek sesuai dengan kondisi apa adanya dan kemudian menginterpretasikannya (Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B, 2018). Pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket. Penetapan responden dilakukan dengan metode snow ball mengingat tidak ada data jumlah pelaku ekonomi kreatif yang tercatat dengan jelas di Nagari Sungai Batang. Dari hasil survey yang dilakukan didapatkan responden berdasarkan informasi dari responden-responden sebelumnya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Dari hasil pengumpulan data di dapatkan 20 orang responden. UMKM lain banyak yang sudah tidak beroperasi lagi terutama karena efek pandemic yang melanda sejak tahun 2020. Hasil analisis data dari responden didapatkan data sebagai berikut.

Tabel 1. Analisis Deskriptif Profil Usaha UMKM Nagari Sungai Batang

No	Keterangan	Hasil Temuan
1	Jenis usaha	Produksi, jasa dan perdagangan
2	Jenis Produk/jasa	Olahan bada, olahan rinuak, pelaminan, rajutan, anyaman eceng gondok
3	Pendapatan perbulan	Pendapatan per bulan berkisar antara Rp.200.000 sampai dengan Rp.3.500.000
4	Jumlah karyawan	Jumlah karyawan berkisar dari 0 sampai 11 orang
5	Lokasi wisata di Nagari Sungai Batang yang menjadi wilayah pemasaran	Museum Buya Hamka, Balerong Adat, Lokasi konservasi wetland,
6	Bantuan yang pernah didapatkan dari pemerintah	Berbagai jawaban responden adalah tidak ada, perizinan usaha, alat produksi, Pendidikan/Pelatihan.

Sumber: Data 2023

Dari Tabel 1 di atas terlihat bahwa usaha UMKM di Nagari Sungai Batang masih sangat terbatas. Kebanyakan mereka masih bergerak dalam penyediaan kuliner oleh-oleh berbahan dasar rinuak dan bada. Hanya sedikit yang menjalani usaha lain seperti rajutan dan anyaman eceng gondok. Namun rajutan dan anyaman yang mereka buat juga masih belum bisa bersaing di pasaran dan belum memiliki kekhasan Danau Maninjau. Hal ini terlihat masih sangat rendahnya omset yang mereka dapatkan dalam satu bulan yang hanya berkisar antara Rp.200.000 sampai dengan Rp3.500.000,00. Dan temuan yang menarik adalah tidak semua daerah wisata di Nagari Sungai Batang menjadi tempat pemasaran produk UMKM mereka. Kebanyakan mereka hanya memasarkan di kawasan Danau Maninjau dan Museum Buya Hamka. Padahal ada banyak destinasi wisata di nagari ini seperti rumah baca Nur St. Iskandar, Tapian Kualo, Medan Nan Bapaneh, Ranggung View, masjid dan juga makam Syech Muhammad Amrullah, cagar budaya rumah gadang Angku Lareh, Kutub khannah, masjid Inyiak De Er, *camping ground*, Air terjun Sarasah Ulu Kamba dan Puncak Tampuniak. Maka tidak heran ketika kita berkunjung ke kawasan wisata ini kita agak kesulitan mendapatkan fasilitas baik untuk kuliner maupun souvenir. Terkait dengan bantuan pemerintah yang mereka dapatkan, jawaban paling banyak adalah pendidikan/pelatihan disusul dengan perizinan usaha. Hanya 2 pelaku usaha yang menyatakan mendapatkan bantuan alat produksi. Dan masih banyak juga pelaku usaha yang belum mendapatkan sentuhan pemerintah sama sekali.

Dengan pola Triple Helix, bentuk kolaborasi antara perguruan tinggi dan pemerintah yang diharapkan oleh pelaku usaha di Nagari Sungai Batang a sebagai strategi untuk pengembangan usaha mereka adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Pola Triple Helix untuk Pengembangan Usaha UMKM Nagari Sungai Batang

No	Pihak	Peran
1	Pemerintah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Outlet pemasaran yang layak.</li> <li>2. Bantuan fasilitasi kredit/modal</li> <li>3. Bantuan promosi produk</li> <li>4. Pendampingan untuk menembus pasar ekspor</li> </ol>
2	Perguruan Tinggi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan keuangan bisnis</li> <li>2. Pengembangan produk agar diterima/diminati pasar</li> <li>3. Pendampingan dalam promosi di berbagai media online dan pemasaran online.</li> <li>4. Pembinaan secara berkelanjutan.</li> </ol>

Dari temuan di atas terlihat bahwa pada dasarnya UMKM ini menghadapi kendala utama dalam hal pemasaran produk baik itu *offline* maupun pemasaran *online*. Mereka belum memiliki tempat pemasaran yang layak dan belum mampu memperlihatkan eksistensinya dalam pemasaran online. Pemasaran yang terkendala berefek juga pada rendahnya jumlah produksi dan minimnya jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan. Hal ini sejalan juga dengan temuan pada Tabel 2 bahwa ternyata belum di semua kawasan wisata mereka bisa memasarkan produknya. Hal ini juga kemungkinan disebabkan oleh masih rendah dan terbatasnya juga jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah ini.

## Pembahasan

Kontribusi sektor pariwisata terhadap pendapatan masyarakat di destinasi wisata akan banyak ditentukan oleh lama tinggalnya wisatawan dan jumlah uang yang mereka belanjakan di daerah tersebut. Lama tinggal ini akan dipengaruhi oleh paket wisata/spot wisata yang mereka bisa kunjungi di daerah tersebut. Semakin banyak dan beragam spot yang ditawarkan, tentu wisatawan akan semakin lama menetap di daerah tersebut. Sementara jumlah uang yang mereka belanjakan akan tergantung dari ketersediaan produk/jasa yang bisa mereka beli seperti harga tiket masuk kawasan wisata, kuliner yang disediakan dan oleh-oleh/souvenir yang tersedia untuk bisa mereka bawa pulang.

Dari segi kuantitas, Nagari Sungai Batang bisa dikatakan memiliki destinasi wisata yang cukup banyak dan beragam mulai dari wisata sejarah, alam dan budaya. Namun temuan riset ini memperlihatkan bahwa ternyata belum banyak industri kreatif yang ikut berkontribusi dalam membangun sumber ekonomi di masing-masing kawasan. Hanya Museum Buya Hamka dan Danau Maninjau yang baru dijadikan lokasi pemasaran oleh pelaku ekonomi kreatif di Nagari

Sungati Batang. Sementara destinasi wisata lainnya belum tergarap. Hal ini disebabkan oleh kunjungan wisata di destinasi tersebut relatif sepi. Hal ini sejalan dengan pendapat Komarudi, D. (2021), bahwa diperlukan rencana pengembangan pariwisata yang jelas dan dilakukan sejalan dengan pengembangan industri kreatif. Artinya industri kreatif ini akan bisa hidup bila ditopang juga oleh pengembangan destinasi wisatanya. Jika destinasi wisata tersebut sepi maka akan membuat industri kreatifnya juga mati dan bangkrut. Pembangunan daerah wisata akan menciptakan rantai nilai dan hubungan yang positif dengan pengembangan ekonomi kreatif.

Dari hasil temuan penelitian ini didapatkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif di Nagari Sungai Batang adalah masalah pemasaran. Hal ini berdampak pada omzet yang rendah, tenaga kerja yang sedikit dan juga sulitnya usaha mereka untuk berkembang. Dalam usaha mendorong pemasaran produk Pemerintah Kabupaten Agam perlu melakukan berbagai strategi untuk mendorong pemasaran produk sekaligus promosi destinasi wisata di Nagari Sungai Batang. Pemerintah perlu mendorong promosi produk ekonomi kreatif melalui media baik lokal maupun nasional, baik cetak maupun digital. Pemerintah juga bisa secara regular mengadakan event-event wisata yang pada akhirnya akan menarik kunjungan para wisatawan. Dan pemerintah berperan besar dalam pengembangan kapasitas sumberdaya manusia pelaku usaha sektor ekonomi kreatif (Batilmurik, R. W., & Lao, H, 2016; Putra, T, 2017; Pajriah, S, 2018).

Selain peran pemerintah, peran akademisi atau perguruan tinggi juga tidak kalah pentingnya. Dengan berbagai disiplin ilmu dan keahlian yang dimiliki, perguruan tinggi sangat punya banyak peluang dalam pengembangan ekonomi kreatif termasuk sektor pariwisatanya. Perguruan tinggi bisa berperan dalam pendidikan dan pelatihan pelaku usaha dalam berbagai aspek seperti pemasaran, keuangan, SDM termasuk juga produksi. Perguruan tinggi melalui kegiatan riset juga bisa berkontribusi dalam pengembangan produk agar bisa diterima dan diminati pasar. Dan perguruan tinggi juga bisa mendukung program UMKM untuk *bisa Go-Digital* (Putra, T, 2017, Murniati, D. E, 2009; Marlinah, L, 2019, Kurniawati, T dkk, 2021; Kurniawati, T dkk, 2022).

Di sisi lain, pihak pelaku ekonomi kreatif itu sendiri juga memiliki kewajiban untuk memiliki motivasi usaha yang tinggi, menciptakan iklim bisnis yang kondusif dan menjadi partner pemerintah dan perguruan tinggi untuk mendukung pembangunan ekonomi secara berkelanjutan (Murniati, D. E, 2009; Habib, M. A. F. 2021). Semua pelatihan, modal dan alat bisnis yang mereka terima harus dimanfaatkan secara baik dalam memajukan usahanya. Orientasi mereka haruslah pengembangan usaha dalam jangka panjang dan bukan uang dalam jangka pendek. Termasuk motivasi untuk terus belajar dan mengembangkan diri melalui berbagai kegiatan pendidikan dan pelatihan yang diikuti.

## SIMPULAN

Dari hasil temuan penelitian ini didapatkan bahwa pelaku ekonomi kreatif di Nagari Sungai Batang masih dalam skala usaha mikro dengan omzet rendah, karyawan terbatas dan tidak semua kawasan wisata di Nagari Sungai Batang menjadi wilayah pemasaran mereka. Kawasan yang paling dominan menjadi wilayah pemasaran mereka adalah Danau Maninjau dan



Museum Buya Hamka. Peran pemerintah dibutuhkan utamanya dalam mendorong pemasaran produk mereka termasuk juga permodalan dan pendampingan usaha. Perguruan tinggi juga diharapkan berkontribusi dalam pelatihan dan pengembangan, pengembangan produk pelaku usaha juga perlu meningkatkan motivasi untuk maju, mengembangkan diri melalui pendidikan/pelatihan dan menciptakan iklim usaha yang kondusif. Hal ini mencerminkan strategi pengembangan usaha pelaku ekonomi kreatif dengan pola triple helix. Selain itu perkembangan pariwisata dan ekonomi kreatif akan sangat terkait dan berkorelasi secara positif.

## REFERENSI

- 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
- Batilmurik, R. W., & Lao, H. A. (2016). Pengembangan model ekonomi kreatif bagi masyarakat di daerah objek wisata bahari kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 1(3), 14-Halaman.
- Daulay, Z. A. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan). *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1).
- Dumilah, D. R., Komarudin, M., Ubaidillah, R., Siagian, S., & Santoso, S. (2021). Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan industri pariwisata di seaworld ancol. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7(2), 558-583.
- El Hasanah, L. L. N. (2015). Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268-280.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 82-110.
- Kardiman, Kusmayanto. 2006. *Shaping ABG Innovation; Some Management Issues*, Presentasi pada Penutupan MRC Doctoral Journey Management Pertama. Jakarta: MRS FEUI Meeting.
- Kemendagri. 2021. Desa Wisata Sungai Batang. Diakses dari [https://jadesta.kemendagri.go.id/desa/sungai\\_batang](https://jadesta.kemendagri.go.id/desa/sungai_batang) tanggal 20 Oktober 2023
- Komarudi, D. (2021). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata di Seaworld Ancol. *Jurnal Master Pariwisata*.
- Kurniawati, T., Ritonga, M., Marna, J. E., Artati, Y., & Rahayu, W. P. (2021). Pengembangan Aplikasi E-Smes Berbasis Android dengan Waterfall Method Sebagai Solusi Pemasaran dan Pengelolaan Usaha UMKM. *Jurnal Ecogen*, 4(4), 594-601.
- Kurniawati, T., Afdal, Z., & Siwi, M. K. (2022, July). The Impact of Digital Entrepreneurship and Product Innovation on Business Sustainability of SMEs During Covid-19 Pandemic. In Eighth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA-8 2021) (pp. 574-578). Atlantis Press.
- Liputan 6. Danau Maninjau 'Cantik dari Luar, Busuk di Dalam', Apa Solusinya?. 2020. Diakses dari <https://www.liputan6.com/regional/read/4333115/danau-maninjau-cantik-dari-luar-busuk-di-dalam-apa-solusinya> tanggal 2 Februari 2022

- Marlinah, L. (2019). Pentingnya peran perguruan tinggi dalam mencetak SDM yang berjiwa inovator dan technopreneur menyongsong era society 5.0. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 2(3), 17-25.
- Murniati, D. E. (2009, November). Peran perguruan tinggi dalam triple helix sebagai upaya pengembangan industri kreatif. In *Seminar Nasional Peran Pendidikan Kejuruan Dalam Pengembangan Industri Kreatif. Jurusan PTBB FT UNY* (Vol. 21).
- Padek. 2020. Keramba Merajalela Maninjau Sekarat, Buntut Kebijakan Setengah Hati. Diakses dari <https://padek.jawapos.com/nasional/10/12/2021/keramba-meraja-lela-maninjau-sekarat-buntut-kebijakan-setengah-hati/> tanggal 2 Februari 2022.
- Pajriah, S. (2018). Peran sumber daya manusia dalam pengembangan pariwisata budaya di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Artefak*, 5(1), 25-34.
- Peraturan Daerah Nomor 5 tahun 2014 Kabupaten Agam tentang Pengelolaan Kelestarian Kawasan Danau Maninjau
- Putra, T. (2017). Ekonomi Kreatif dan daya Tarik Objek Wisata. *Jurnal Pendidikan dan Keluarga*, 9(1), 36-44.
- Republika. 2021. Menteri PPN Turun Tangan Selesaikan Masalah Danau Maninjau. 2021. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/qr97db349/menteri-ppn-turun-tangan-selesaikan-masalah-danau-maninjau> tanggal 2 Februari 2022
- Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. F. (2018). Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia. *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital*, 1(1).
- Simarmata, H. M., & Panjaitan, N. J. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI)*, 2(2), 189-201.
- Tetep, T., Suherman, A., Mulyana, E., Widyanti, T., Pebriani, W., Susanti, Y., & Ilah, I. (2021). Potensi pariwisata garut dalam mewujudkan ekonomi kreatif. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 141-146.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.