

**STRATEGI PEGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF  
BERBASIS KEARIFAN LOKAL DENGAN METODE *TRIPLE  
HELIX* PADA INDUSTRI KERAJINAN BATIK DESA  
SIDOMULYO KECAMATAN SILO KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**Moh Faisal Bahri**

**NIM: E20182235**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Dosen Pembimbing:

**Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I**

**NIP. 197608122008011015**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
NOVEMBER 2023**

**STRATEGI PEGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF  
BERBASIS KEARIFAN LOKAL DENGAN METODE *TRIPLE  
HELIX* PADA INDUSTRI KERAJINAN BATIK DESA  
SIDOMULYO KECAMATAN SILO KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**Moh Faisal Bahri**  
**NIM: E20182235**

Dosen Pembimbing:  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**Dr. M.F. Hidayatullah. S.H.I., M.S.I**  
**NIP. 197608122008011015**

**STRATEGI PEGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF  
BERBASIS KEARIFAN LOKAL DENGAN METODE *TRIPLE  
HELIX* PADA INDUSTRI KERAJINAN BATIK DESA  
SIDOMULYO KECAMATAN SILO KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Jumat

Tanggal : 01 Desember 2023

**Tim Penguji**

**Ketua**

**Sekretaris**

**Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M.**  
NIP. 197404201998032021

**Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M**  
NIP. 195809152019032005

**Anggota :**

1. Dr. Roni Subhan, M.Pd.

2. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.

Menyetujui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Ubaidullah, M.Ag.**

NIP. 196812261996031001

## MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya”,<sup>1</sup> (Al-Maidah: 2)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 5:2

## PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah dengan pertolongan Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayahnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Studi di Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan baik. saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Aminuddin dan Almh. Ibu Indah Puji Lestari, yang tidak pernah patah semangat dan bekerja keras untuk mendukung segala impian anaknya. Terimakasih banyak atas rasa kasih sayang serta pengorbanannya yang tidak mungkin dapat dibalaskan oleh saya.
2. Kedua nenek saya yang senantiasa mendoakan saya di setiap waktu untuk tetap tegar dalam menjalani setiap proses selama masa perkuliahan.
3. Para Guru Sekolah mulai dari Guru Ngaji, TK, SD, MTs, MA, dan Guru Pondok serta para Dosen di UIN Khas Jember yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
4. Teman-teman kelas Ekonomi Syariah 5 (ECOFIVE) angkatan 2018 yang saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Sahabat-sahabati Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).
6. Kepada sahabat-sahabat saya yaitu, Doni Sandika, Hisyam Ms, Abdul Muis, Muhammad Irwan, Irvan Maulana, Muhammad Sya'roni, Risqi Abidin, Ubaidul Mu'izzi ulum, Tajdid Hasan Abdillah, Ahmad Sulaiman dan seluruh teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih *support* dan masukan selama pengerjaan tugas akhir.
7. Kepada keluarga kecil kontrakan yaitu Barqil Ihsan, Samsul Arifin, Kevin Wahyudi, Roni Haririn, Ghufro dan Abdul Rohman yang selalu memberikan dukungan.
8. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah SWT sang penguasa Alam Semesta. Sholawat serta salam tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Sungguh atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikan skripsi dengan judul *“Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode Triple helix Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember”*.

Terselesaikannya skripsi ini dapat penulis peroleh karena bimbingan dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberi fasilitas yang memadai selama peneliti kuliah.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Bapak Prof. Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si., CHRA. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
5. Ibu Sofiah, M.E., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Semua pihak dalam kontek penelitian Batik Sidomulyo, Pemerintah Desa Sidomulyo dan Akademisi yang berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga dapat membantu dalam penyelesaian skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengaharap kritik serta saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama penulis sendiri.

Jember, 13 November 2023

**MOH FAISAL BAHRI**  
**NIM.E20182235**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## ABSTRAK

**Moh Faisal Bahri, Dr. M.F Hidayatullah 2023:** *Strategi Pengembangan Industri Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode Triple helix Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember.*

Kata kunci: Industri kreatif, Batik, *Triple helix*.

Batik Desa Sidomulyo, Kabupaten Jember merupakan batik yang berbasis kearifan lokal yang mana batik yang dihasilkan memiliki nilai keunikan tersendiri yaitu letak desa yang geografis yang mana dalam setiap batik mempunyai makna untuk menjadi pegangan hidup bagi masyarakat, meskipun batik tersebut memiliki nilai kearifan lokal yang terkandung di dalamnya memiliki sifat yang sangat universal, yang mana mempunyai nilai-nilai agama, religi, dan adat istiadat dari masyarakat sehingga dapat menjadi pegangan hidup bagi setiap masyarakat Desa Sidomulyo, Kabupaten Jember.

Fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana penerapan Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode *Triple helix* pada Kerajinan Batik? 2) Apa kendala yang dihadapi dalam strategi pengembangan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* pada Industri Kerajinan? 3) Apa Solusi Dari Kendala Dalam Mengembangkan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* Pada Kerajinan Batik?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui penerapan Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode *Triple helix* pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo. 2) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam strategi pengembangan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* pada Industri Kerajinan 3) Untuk mengetahui Solusi Dari Kendala Dalam Mengembangkan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* Pada Kerajinan Batik.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Teknik penelitian menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan *triangulasi* sumber.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Penerapan strategi pengembangan usaha pada produk yang sudah ada dan menambah produk baru seperti batik ecoprint atas ide pemerintah dan mahasiswa dalam mengembangkan produk. Pengembangan pasar melalui penjualan dengan cara mendorong pembelian pada konsumen baru melalui kerja sama pemerintah dan pelaku bisnis dalam mengkolaborasikan inovasi dalam menciptakan motif batik yang bertema kearifan lokal. 2) Kendala yang perlu diperhatikan adalah komunikasi yang kurang intensif antara pemerintah, pelaku bisnis, dan akademisi sehingga program yang telah berjalan kurang maksimal bahkan hanya berjalan di awal program saja sehingga tidak ada pengawaran dan evaluasi berkelanjutan. 3) Dengan memanfaatkan perkembangan digital dengan melakukan komunikasi via online sampai terjalin hubungan yang terus-menerus. Maka metode *triple helix* sangat berkaitan antara satu dengan yang lainnya baik itu pemerintah, akademis, dan pelaku bisnis.



## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah .....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II Kajian Kepustakaan .....</b>	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Pendekatan dan Jenis penelitian .....	41
B. Lokasi Penelitian .....	42

C. Subyek Penelitian .....	42
D. Sumber Data .....	43
E. Teknik Pengumpulan Data .....	44
F. Analisis data .....	47
G. Keabsahan data .....	49
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	50
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	51
B. Penyajian Data dan Analisis.....	55
C. Pembahasan Temuan.....	68
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran-saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1: Matrik Penelitian	
Lampiran 2: Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran 3: Surat Izin Penelitian	
Lampiran 4: Surat Selesai Penelitian	
Lampiran 5: Pedoman Penelitian	
Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian	
Lampiran 7: Dokumentasi	
Lampiran 8: Biodata Penulis	

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	23
4.1 Struktur Pengurus Batik Sidomulyo .....	53



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Perkembangan sebuah usaha sangat berkaitan erat dengan strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan. Perusahaan dituntut untuk selalu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dan menciptakan produk yang sesuai dengan keperluan konsumen. Maka dari itu diperlukan strategi yang baik guna meningkatkan dan merebut pangsa pasar. Strategi diartikan sebagai rencana untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan implementasi dari rencana tersebut. Setiap dari perusahaan menggunakan strategi untuk bisa mengembangkan sebuah usaha.<sup>2</sup>

Pengembangan usaha strategi yang dijalankan pemerintah untuk dapat menyokong pertumbuhan ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya unit usaha yang semakin bertambah baik usaha skala kecil, menengah atau skala besar. Peran sektor industri sangat dibutuhkan dalam menopang perekonomian Indonesia mengingat saat ini sudah memasuki era globalisasi. Maka di butuhkan pengembangan usaha untuk dapat menciptakan berbagai sumber daya menjadi barang dan jasa yang diperlukan konsumen.<sup>3</sup>

Agar mampu menciptakan produk dan jasa yang dibutuhkan konsumen maka diperlukan kreativitas dalam mengembangkan ide-ide baru untuk menghadapi persoalan masalah dan peluang. Apabila memiliki kemampuan

---

<sup>2</sup> Anang Martoyo, dkk, *Manajemen Bisnis*, (Makassar: CV. Tohar Media, 2022), 241

<sup>3</sup> Andi, Ferri, dan Hari, "Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)", *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)* 2, no. 1 (Maret, 2019), 30

dan wawasan dalam menentukan ide baru dan *fresh* dilaksanakan dengan efektifitas dan efisien sehingga dapat meningkatkan daya saing industri maka akan menjadi peluang bagi pelaku industri. Kemampuan seseorang menciptakan kreativitas berdampak baik bagi kemajuan suatu industri sedangkan inovasi pada industri adalah pembaharuan pada produk dan jasa yang ada untuk dikembangkan menjadi lebih baik. Dari kreativitas dan inovasi adalah dua hal yang saling berkaitan yang mampu mendorong industri kreatif berkembang lebih maju. Perusahaan akan bersaing dengan ide dan gagasan yang cemerlang, baru, unik untuk memenangkan kualitas suatu produk.<sup>4</sup>

Industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan suatu produk yang memiliki tujuan menyalurkan ketarampilan dan bakat sehingga dari kreasi tersebut menciptakan lapangan kerja. Kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran juga menjadi faktor penting bagi sebuah kemajuan dan pengembangan industri kreatif. Perkembangan industri kreatif di sektor *fashion* sudah semakin pesat di buktikan dengan banyaknya karya yang dihasilkan salah satunya pada produk batik yang tidak hanya berupa kain saja akan tetapi banyak produk *fashion* dari olahan batik tersebut.<sup>5</sup>

Kerajinan batik di Indonesia merupakan kegiatan industri kreatif dibidang busana dengan memiliki corak yang unik yang tentunya setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas daerah mereka sendiri-sendiri dengan

---

<sup>4</sup> Andi, Ferri, dan Hari, "Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)", 25

<sup>5</sup> Nasarudin dan Siti Ahyuni, "Strategi Pendampingan Kerajinan Baduy Berbasis *Local Wisdom*: Tinjauan Model *Triple Helix*", *Journal Of Socio-Cultural Sustainability And Resilience* 1, no.1 (2023), 48

kualitas produk baik dan berbagai macam corak atau motif yang beragam sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Batik dikagumi bukan hanya karena prosesnya yang rumit, tetapi juga karena corak dan warnanya yang unik, indah, dan sarat makna simbolis. Desain batik tradisional terutama tentang monumentalitas dan lingkungannya. Ini mewakili agama dan kepercayaan, seringkali tanpa nama. Selain itu, desain batik juga mengandung nilai simbolik magis untuk fungsi keagamaan atau kepercayaan serta nilai estetika untuk digunakan sebagai hiasan.<sup>6</sup>

Kabupaten Jember merupakan pusat regional di kawasan timur tapal kuda. Kabupaten Jember juga mengembangkan industri kreatif sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi. Terdapat beberapa industri kreatif di kabupaten Jember, salah satunya adalah kerajinan batik. Batik digunakan sebagai salah satu identitas daerah. Meski batik Jember belum memiliki merek yang tersebar luas, namun batik jenis ini sudah ada sejak zaman Hindia Belanda. Batik Jember mulai dikembangkan kembali menjadi salah satu produk unggulan di Kabupaten Jember, daerah penghasil tembakau. Desain batik jember sangat kaya akan warna, selera pasar terhadap produk batik Jember mempunyai warna yang cukup kontras terutama pasar lokal di kawasan tapal Kuda Jember, Lumajang, Bondowoso dan Situbondo Jawa Timur, sedangkan warna yang lebih lembut dan kaya lebih digemari oleh daerah pasar seperti Surabaya, Malang, Jakarta, Lampung dan Bogor. Pola

---

<sup>6</sup> Lesi Hertati, dkk, "Pelatihan *Triple Helix* Invasi Batik Khas Banyuwasin Sreta Peran Manajemen Strategi Dalam Mengelola Produk Lokal Masyarakat Desa Era Pandemi Covid-19", *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Sosial Ekonomi* 1, no.3 (Desember, 2021), 16-17

batik Jember menggunakan motif daun tembakau sebagai simbol khas Kabupaten Jember.<sup>7</sup>

Desa Sidomulyo sebagai salah satu desa di Kabupaten Jember turut andil dalam sumbangsih industri kreatif kerajinan batik di Jember. Tidak hanya itu, batik khas Sidomulyo mampu memberikan peluang kerja untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat lokal. Batik yang dihasilkan oleh rumah batik khas Sidomulyo pernah ikut serta dalam beberapa *event* yang diselenggarakan oleh pemerintah regional maupun nasional. Batik Sidomulyo tidak asing lagi di telinga masyarakat, bahkan Sandiaga Uno selaku Menteri Perekoniman Kreatif pernah memakai batik khas Sidomulyo sebagai salah satu entitas industri kreatif di Indonesia yang memiliki ciri khas budaya setempat. Batik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember merupakan salah satu jenis batik yang berbasis pada kearifan lokal, dimana batik yang dihasilkan mempunyai nilai keunikan tersendiri, khususnya letak geografis desa tersebut, dimana setiap batik mempunyai makna sebagai pedoman hidup masyarakatnya. Padahal batik mengandung nilai intelektual lokal. Sifatnya sangat universal, memuat nilai-nilai agama, agama dan adat istiadat masyarakat, sehingga dapat menjadi pedoman hidup setiap masyarakat di Desa Sidomulyo Kabupaten Jember.<sup>8</sup>

Keunggulan daya saing batik Sidomulyo memunculkan daya tarik bagi semua pihak dalam mengembangkan agar inovasi dan kreativitas pada industri kreatif kerajinan batik Sidomulyo bisa berdaya saing tinggi tidak hanya dalam

---

<sup>7</sup> Noga Riza Faisal, "Strategi Pemasaran Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no.1 (September, 2022), 142

<sup>8</sup> Doni Sandika, *Wawancara*, Jember, 14 Juli 2022.



negeri saja. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menggunakan metode *triple helix*. Metode *triple helix* merupakan metode pembangunan kebijakan berbasis inovasi, penciptaan sinergi dari 3 peran yaitu pemerintah, akademisi, dan bisnis. Akademisi diharapkan mengembangkan dan berpartisipasi pada ekonomi kreatif melalui ide dan gagasan potensi industri kreatif. Bisnis memiliki peranan terhadap keberhasilan industri kreatif dari banyaknya pesanan. Pemerintah sebagai fasilitator dan motivator berperan menciptakan dan menunjang tingkat keberhasilan perekonomian suatu daerah.<sup>9</sup>

Program *Triple Helix* yang dijalankan di Batik Desa Sidomulyo, Kabupaten Jember yaitu batik Desa Sidomulyo yang sudah beberapa kali berpartisipasi mengikuti berbagai *event* dan seringkali batik Desa Sidomulyo digunakan oleh pegawai Pemkab Jember dalam acara seperti diklat pembuatan batik, *artwear* batik karnaval di *event* JFC, dan expo UMKM Jember. Dan juga batik Desa Sidomulyo sering menerima kunjungan dari berbagai kampus, Disperindag provinsi, menteri pariwisata, dan masih banyak yang lainnya yang melakukan kunjungan ke batik Desa Sidomulyo. Jadi peran *Triple helix* Disitu terlihat antara akademisi, pebisnis, dan pemerintah saling merangkul dan saling bekerjasama untuk berkembangnya batik Desa Sidomulyo. Disitulah yang menjadi alasan batik Desa Sidomulyo tetap berkembang meskipun di era pandemi sekalipun, berdasarkan hal-hal yang telah dilakukan seperti contoh di atas sangat menunjukkan bahwa batik Sidomulyo melakukan

---

<sup>9</sup> Noga Riza Faisol, "Strategi Pemasaran Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Masa Pandemi Covid-19", 144

konsep *Triple helix* dalam pengembangan bisnisnya terutama di era pandemi.<sup>10</sup>

Diperlukan berbagai sinergisitas dalam keberlangsungan bisnis agar mampu bertahan dalam setiap situasi, dengan metode *Triple helix* dirasa mampu untuk menciptakan hal tersebut. Dibutuhkan intervensi beberapa pihak untuk mendorong munculnya pionir-pionir baru dan mengembangkan sayap pelaku bisnis industri kreatif, yaitu pihak akademisi perguruan tinggi, pemerintah dan pelaku bisnis yang terangkum dalam *Triple helix*, meliputi A (*academician*), B (*businessman*), dan G (*government*). Kedekatan, saling mendukung dan simbiosis ketiga entitas ini dalam kaitannya dengan landasan dan pilar model industri kreatif akan menciptakan industri kreatif yang kuat dan berkelanjutan. Teori *triple helix* awalnya dipopulerkan oleh Etzkowitz & Leydersdorff sebagai metode pengembangan kebijakan berbasis inovasi.<sup>11</sup>

Dalam konteks yang diuraikan di atas, peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengeksplorasi bagaimana strategi memanfaatkan kerjasama antara tiga komponen (*Triple Helix*) dengan mengambil judul “**Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode *Triple helix* Pada Industri Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember**”.

---

<sup>10</sup> Doni sandika, *Wawancara*, Jember, 12 Desember 2022.

<sup>11</sup> Asmiddin, Model *Triple Helix* Dalam Meningkatkan Asli Daerah Kota Baubau, *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 7, no. 3 (27 Agustus, 2021), 418

## **B. FOKUS PENELITIAN**

1. Bagaimana penerapan strategi pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal dengan metode *triple helix* pada kerajinan batik Desa Sidomulyo?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam strategi pengembangan industri kreatif dengan metode *triple helix* pada industri kerajinan batik Desa Sidomulyo?
3. Apa solusi dari kendala dalam mengembangkan industri kreatif dengan metode *triple helix* pada kerajinan batik Desa Sidomulyo?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal dengan metode *triple helix* pada kerajinan batik Desa Sidomulyo
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam strategi pengembangan industri kreatif dengan metode *triple helix* pada industri kerajinan batik Desa Sidomulyo
3. Untuk mengetahui solusi dari kendala dalam mengembangkan industri kreatif dengan metode *triple helix* pada kerajinan batik Desa Sidomulyo

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini akan memberikan ide dan kemungkinan mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ekonomi syariah. Hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam

menemukan metode *triple helix* dalam mengembangkan industri kreatif kerajinan batik di desa Sidomulyo Kabupaten Jember.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Instansi Industri Kreatif

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah penelitian yang akan menghasilkan informasi bermanfaat bagi instansi industri kreatif. Serta sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi sejauh mana metode *triple helix* mampu mengembangkan industri kreatif diberbagai situasi serta kondisi tertentu.

### b. Bagi Peneliti

Peneliti dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai penerapan pendekatan *triple helix* dalam pengembangan industri kreatif. Penelitian ini juga digunakan sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang dipelajari di sekolah pada kondisi kehidupan nyata di lapangan.

### c. Bagi Peneliti Lain

Sebagai sumber referensi dan informasi kedepannya bagi yang tertarik untuk meneliti pengembang industri kreatif dengan menggunakan metode *triple helix*.

## E. DEFINISI ISTILAH

### 1. Strategi pengembangan

Strategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan

efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan beberapa teknik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku.<sup>12</sup>

## 2. Industri Kreatif

Industri kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan inovasi, kreativitas, ide, dan gagasan yang berasal atau mengandalkan sumber daya manusia (kegiatan manusia), sehingga hasil produksinya baik barang dan jasa memiliki nilai tambah. Industri kreatif adalah kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang memiliki keterkaitan dalam mengeksploitasi ide atau gagasan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi tinggi sehingga dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.<sup>13</sup>

## 3. Metode *Triple helix*

*Triple helix* adalah bersinerginya tiga aktor penggerak dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Sebagai konsep, gagasan utama *triple*

*helix* adalah sinergi antara akademisi, bisnis dan pemerintah. Kalangan akademisi dengan sumber daya, ilmu pengetahuan, dan teknologi memfokuskan diri untuk menghasilkan berbagai temuan dan inovasi yang aplikatif. Kalangan bisnis melakukan kapitalisasi yang menghasilkan keuntungan ekonomi dan kemanfaatan bagi masyarakat. Sedangkan

---

<sup>12</sup> Rinaldi Aria Chandra, "Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Lebah Madu Kelulut Kelompok Usaha Pasir Putih di Desa Petak Putih Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas", *Edunomics Journal* 3, no.2 (Juli, 2022), 102

<sup>13</sup> Ulfi Jefri dan Ibrohim, "Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten", *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 7, no.1 (Juli, 2021), 88

pemerintah menjamin dan menjaga stabilitas hubungan keduanya dengan regulasi kondusif.<sup>14</sup>

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pada penelitian ini dibagi menjadi 5 (lima) bab, dan masing-masing bab akan dibagi menjadi sub-sub sebagai berikut:

### 1. Bab I Pendahuluan

Bab ini memuat tentang konteks masalah, cara mengajukan masalah, dan tujuan penelitian, dan manfaatnya, penelitian terdahulu, kajian teoritis, metode penelitian dan pembahasan sistematis.

### 2. Bab II Landasan Teori

Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan terkait landasan teori yang digunakan untuk menganalisa data dalam penelitian ini.

### 3. Bab III Pemaparan data

Pada bab ini peneliti menjelaskan data penelitian yang diambil dan dikumpulkan di lapangan, yang dihubungkan dengan gambaran umum lokasi.

### 4. Bab IV Analisis Data

Bab ini memaparkan pokok-pokok skripsi

### 5. Bab V Penutup

Bab ini menandai berakhirnya keseluruhan proses penulisan skripsi. Dalam bab ini diberikan penjelasan umum yang merupakan

---

<sup>14</sup> Endah Supeni Purwaningsih, "Penerapan Model *Triple Helix* dan Keunggulan Bersaing Pada UKM Industri Kreatif di Kabupaten Sidoarjo", *Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Budaya* 2, (2019), 1358

jawaban atas permasalahan, dan juga diberikan saran-saran yang menutup rangkaian kesimpulan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Endah Supeni Purwaningsih pada tahun 2019 dengan judul “Penerapan Model *Triple Helix* dan Keuangan Bersaing pada UKM Industri Kreatif di Kabupaten Sidoarjo”. Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Budaya.

Penelitian ini bertujuan mengetahui cara dalam meningkatkan daya saing pelaku industri kreatif di Kecamatan Tanggalungin untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan pelaku industri kreatif pada usaha pengemasan dan inovasi rasa tanpa meninggalkan keunikan dari produk mereka dengan penerapan metode *Competitive Advantage* dan *Triple helix*.

Hasil penelitian ini penulis menemukan bahwa model *Competitive Advantage* dan *Triple helix* sangat menentukan daya saing olahan makanan pada setiap pelaku industri kreatif terutama pada cita rasa olahan dari masing-masing usaha olahan makanan yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Sehingga mendorong para aktor *triple helix* terutama pemerintah dalam membuat program dimana sinergi dari program tersebut menjadi perhatian dalam peningkatan pendapatan dari pelaku usaha<sup>15</sup>

Sama-sama menggunakan metode *triple helix* untuk meningkatkan pertumbuhan industri kreatif. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan

---

<sup>15</sup> Endah Supeni Purwaningsih, “Penerapan Model *Triple Helix* dan Keunggulan Bersaing Pada UKM Industri Kreatif di Kabupaten Sidoarjo”, *Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Budaya* 2, (2019), 1356-1366.

yang dilakukan peneliti adalah pada pembahasan tentang model yang digunakan untuk meningkatkan daya saing industri olahan makanan dengan *competitive advantage* dan *triple helix* yang berfokus pada inovasi dan cita rasa dari olahan makanan di Kecamatan Tanggulangin sedangkan peneliti membahas tentang strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha pada industri kreatif pada kerajinan batik di Desa Sidomulyo dengan metode *triple helix*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Dewi Setiawan, Asep Suryana, Dadang dan Centurion Chandratama Priyatna pada tahun 2020 dengan judul “Pendekatan *Triple Helix* Dalam Membentuk *City Branding*”. Jurnal ALTASIA, Universitas Padjadjaran.

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan sebuah konsep *city branding* dengan menggunakan pendekatan *triple helix* antara pemerintah, UKM dan pihak komunitas yang didalamnya banyak terdapat akademisi.

Hasil penelitian ini menjelaskan dalam membangun *city branding* penting membangun hubungan antara ketiga pilar pemerintah, UKM dan komunitas. Hal ini dikarenakan dalam membangun *city branding*, bukan hanya memberikan *tagline* atau jargon pada suatu wilayah. Tetapi perlu bukti fisik yang muncul, dapat dilihat dan dapat dirasakan oleh para wisatawan.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Sri Dewi Setiawan, et al, “Pendekatan *Triple Helix* Dalam Membentuk *City Branding*”, *Jurnal ALTASIA* 2, no.2 (2020).

Persamaan pada teori yang digunakan yaitu pendekatan menggunakan *triple helix* antar pemerintah, UKM, dan komunitas yang didalamnya banyak akademisi, dengan metode tersebut diharapkan dapat melahirkan produk-produk kreatif yang dapat menggali potensi suatu usaha yang dapat diingat oleh konsumen. Perbedaan terdapat pada tujuan penelitian sebelumnya bertujuan membangun *city branding* potensi di kota Bandung dengan pendekatan *triple helix* yang dapat menarik wisatawan datang ke kota Bandung sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti bertujuan memberikan solusi tentang penerapan strategi pengembangan bisnis pada industri kreatif dengan metode *triple helix* pada kerajinan batik.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Mursyid Al Fadhil pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Konsep *Triple Helix* Dalam Mendorong Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Tujuan penelitian penulis ingin mengetahui implementasi dari penggunaan model *triple helix* pada industri kreatif sehingga dapat menjadi solusi dalam mendorong berkembangnya industri kreatif serta mengetahui masing-masing dari tugas aktor *triple helix* agar peningkatan kesejahteraan pengerajin tenun sulam tapis ditinjau berdasarkan perspektif ekonomi islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan konsep *triple helix* untuk mendorong pengembangan industri kreatif guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat tenun karpet buatan di Pekon Argopeni telah dilaksanakan namun masih bersifat parsial dan tidak bertahan lama. Secara keseluruhan, upaya pengembangan industri kreatif dengan sinergitas pelaku *triple helix* telah memberikan dampak positif terhadap tingkat kesejahteraan komunitas tenun karpet di Pekon Argopeni. Masih terdapat beberapa catatan yang perlu diperhatikan dan perlu dikembangkan lebih lanjut, hal ini terlihat dari kesimpulan hasil kuesioner. Upaya pengembangan industri melalui Konsep *triple helix* dengan tujuan mengembangkan industri kreatif melalui Konsep *triple helix* dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat telah dilakukan dan sejalan dengan konsep ekonomi syariah.<sup>17</sup>

Sama-sama membahas tentang konsep *triple helix* dalam upaya mendorong pengembangan industri kreatif dan solusi yang digunakan dalam penerapan konsep *triple helix* di industri kreatif. Perbedaannya penelitian sebelumnya bertujuan mengetahui upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat kerajinan tenun tapis pada upaya pengembangan industri kreatif pada perspektif ekonomi islam dengan konsep *triple helix* sedangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui

---

<sup>17</sup> Mursyid Al Fadhil, "Analisis Konsep *Triple helix* Dalam Mendrong Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Eknomi Islam", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).

kendala dan solusi pada strategi pengembangan bisnis industri kreatif berbasis kearifan lokal dengan metode *triple helix*.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Khoirunnisa Nur Abidah, Imam Baihaqi, dan Satria Fadil Persada pada tahun 2020 dengan judul “Konsep Model Bisnis Inkubasi Online Dengan Perspektif *Triple Helix*”. Jurnal Teknik, Institut Teknologi Sepuluh November (ITS).

Hasil rekomendasi bisnis model telah dibuat sebagai dasar perancangan sistem *Incubator Elektronik* (E-Incubator) berdasarkan konsep *triple helix*. Rekomendasi bisnis model dapat menjadi acuan dasar dalam melakukan strategi penerapan E-Incubator sebagai sistem pengembangan UKM yang dapat dikembangkan oleh lembaga inkubator bisnis.<sup>18</sup>

Persamaan pada model bisnis dengan pendekatan *triple helix* sebagai sarana pengembangan produk baru, penyedia sarana dan prasarana usaha, dan dukungan manajemen pada usaha kecil dan menengah. Perbedaan terletak di tujuan penelitian sebelumnya adalah adanya peran dari inkubator bisnis yang mampu menjadi salah satu upaya pengembangan pada bisnis dengan menciptakan wirausaha baru yang inovatif dan kreatif seiring dengan kemajuan teknologi yang signifikan dengan penggunaan konsep *triple helix*. Sedangkan peneliti bertujuan menggambarkan strategi pengembangan bisnis pada kerajinan batik yang berbasis kearifan lokal dengan metode *triple helix* di harapkan mampu

---

<sup>18</sup> Khoirunnisa Nur Abidah, dkk, “Konsep Model Bisnis Inkubasi Online Dengan Perspektif *Triple Helix*”, *Jurnal Teknik ITS* 9, no.1 (2020), 13-18.

mengembangkan bisnis tidak hanya di dalam negeri saja akan tetapi ke internasional.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Priscilla Amaelia Wulandari, Naifa Mahdiyati Mazenda, Anggi Puspaningrum, dan Ermita Yusidapada tahun 2021 dengan judul “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Pada Industri Sanitair Klasemen, Karangbesuki, Kota Malang”. Jurnal Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Indonesia.

Hasil penelitian telah ditemukan strategi pemasaran dari tradisional serta pemanfaatan kemajuan teknologi dengan cara mempromosikan produknya lewat media sosial dan metode pengembangan dengan menggunakan metode *triple helix*. Maka dari itu melalui pengembangan strategi pemasaran hasil yang dicapai pun meningkat.<sup>19</sup>

Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dengan metode *triple helix* dengan pendekatan kualitatif deskriptif serta pengumpulan data obsevasi dan wawancara. Perbedaan penelitian sebelumnya tentang strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan sentra industri sanitair melalui kemajuan teknologi dengan cara promosi di media sosial dan metode pengembangan dengan cara *triple helix*. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti tentang strategi

---

<sup>19</sup> Priscilla Amelia Wulandari, dkk, “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Pada Industri Saniitair Klasemen, Karang besuki, Kota Malang”, *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* 1, no.3 (2021), 239-248.

pengembangan bisnis dengan cara *triple helix* pada industri kreatif kerajinan batik berbasis kearifan lokal di Desa Sidomulyo.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Asmiddin, Syahril Ramadhan, dan Kalsum pada Agustus tahun 2021 dengan judul “Model *Triple Helix* dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Baubau” Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton.

Hasilnya pemerintah Kota Baubau kurang menerapkan *triple helix* dalam meningkatkan pendapatan asli daerah mereka karena minimnya kerja sama dan inovasi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat Kota Baubau. Pemerintah hanya mengeluarkan regulasi dan akademis hanya melakukan penelitian saja tanpa ada program atau ide dalam upaya meningkatkan pendapatan asli desa. Maka di harapkan kedepannya melakukan kerjasama berkesinambungan antara pemerintah, akademisi, dan juga masyarakat Kota Baubau.<sup>20</sup>

Kemiripan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada kerjasama yang dilakukan dengan metode *triple helix* pada sektor bisnis dengan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis deskriptif. Ketidaksamaan penelitian sebelumnya yaitu pada analisis pendapatan asli daerah dengan metode *triple helix* yang diharapkan bisa berkesinambungan dan berkolaborasi dengan baik di kota Baubau. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti pada pengembangan bisnis

---

<sup>20</sup> Asmiddin, “Model *Triple Helix* Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Baubau”, *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 7, no. 3 (27 Agustus, 2021), 416-424.



dengan metode *triple helix* pada industri kreatif berbasis kearifan lokal pada kerajinan batik di Desa Sidomulyo.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Ulfi Jefri dan Ibrohim pada tahun 2021 yang berjudul “Strategi Pengembangan (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Pulo Ampel Kabupaten Serang Banten”. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM berbasis ekonomi kreatif belum mampu meraih status istimewa bagi kabupaten Pulo Ampel karena keterbatasan kapasitas dan sulitnya mengembangkan usahanya. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM inovatif di Kabupaten Pulo Ampel antara lain permasalahan keterbatasan modal, bahan baku dan penggunaan alat produksi yang sederhana, keterbatasan sarana pemasaran karena kurangnya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup tinggi, dan tenaga kerja yang tidak terampil dan permasalahan yang berkaitan dengan hak atas penghasilan.<sup>21</sup>

Sama-sama tentang strategi pengembangan usaha dengan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Perbedaan penelitian sebelumnya tentang strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif untuk meningkatkan keunggulan bersaing dengan metode analisis SWOT sedangkan peneliti strategi pengembangan bisnis industri kreatif berbasis kearifan lokal dengan metode *triple helix*.

---

<sup>21</sup> Ulfi Jefri dan Ibrohim, “Strategi Pengembangan (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Pulo Ampel Kabupaten Serang Banten”, *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 7, no.1 (Juli, 2021), 86-99.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Afina Faradisa pada april 2021 dengan judul “Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus: Kampung batik Kenplong Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan)”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islm, UIN Walisongo Semarang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan batik Tuntangsari yang dapat digunakan adalah dengan mengembangkan keterampilan pegawai baru melalui pelatihan dan magang, serta mengembangkan produk batik yang berkarakter industri Industri batik Tuntangsari, mengembangkan sumber daya yang kompeten dengan memberikan pengawasan dan pengawasan yang kuat perkembangan menjangkau pasar dengan meningkatkan kualitas, keragaman dan inovasi produk batik.<sup>22</sup>

Pembahasan penelitian sebelumnya dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sama-sama tentang strategi pengembangan usaha kerajinan batik yang dapat digunakan untuk mengembangkan produk batik sesuai

dengan ciri khas daerah tersebut. Ketidaksamaan penelitian yang penelitian sebelumnya strategi pengembangan pada SDM agar dapat mengembangkan produk baru melalui inovasi kerajinan batik sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dengan metode analisis SWOT.

Sedangkan penelitian peneliti lakukan adalah rencana pengembangan bisnis pada kerajinan batik berbasis kearifan lokal dengan metode *triple helix*.

---

<sup>22</sup> Afina Faradisa, “Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Kampung Batik Kemplong Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Univeersitas Islam Negeri Walisomngo Semarang, 2021).

9. Penelitian yang dilakukan oleh Bernadus Tresno Sumbodo, Sardi, Sunarya Raharjo dan Hermawan Prasetyo pada September tahun 2021 dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Model *Triple Helix*: Pengembangan Desa Wisata Kampung Iklim di Desa Panduwoharjo Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *triple spiral*, tiga aktor yang terlibat dalam program pemberdayaan ini adalah pemerintah, akademisi dan kelompok masyarakat. Program pemberdayaan dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan, kemudian merancang dan mengidentifikasi solusi permasalahan tersebut untuk mengatasi dampak perubahan iklim (krisis air) dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Hasil dari pengabdian ini adalah berhasilnya integrasi *website* dusun ke dalam satu *platform* web dengan *jasaamarta.com*.<sup>23</sup>

Sama-sama menggunakan model pendekatan *triple helix* untuk mengembangkan tujuan usaha guna memperoleh manfaat. Penelitian sebelumnya tentang pemberdayaan masyarakat guna memaksimalkan potensi sumber daya alam untuk pengembangan lahan Sehingga pengembangan desa mitra bisa berjalan dengan maksimal sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti model *triple helix* digunakan untuk pengembangan industri kreatif pada kerajinan batik yang ada di Desa

<sup>23</sup> Bernadus Tresno Sumbodo, dkk, “Pemberdayaan Masyarakat Model *Triple Helix*: Pengembangan Wisata Kampung Iklim di Desa Panduwoharjo Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no.2 (September, 2021), 143-157.

Sidomulyo tidak hanya menghasilkan produk baru tetapi sebagai sarana rekreasi dan belajar batik untuk melestarikan warisan budaya tak benda.

10. Penelitian ini dilakukan oleh Danarti Hariani pada Januari 2022 dengan judul “Analisis Model *Triple Helix* Dalam Pengembangan Ekonomi (Studi Pada IKM Kerajinan Perak Mojokerto)”, Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan.

Penulis bertujuan untuk mengetahui pengembangan produk usaha kerajinan perak di Mojokerto pada usaha Sentra Batankrajan pada peningkatan daya saing hasil produksi perak serta inovasi dan kreatifitas para pengerajin dalam memanfaatkan kearifan lokal daerah mereka yang menjadikan ciri khas dari kerajinan perak yang ada di Sentra Batankrajan sehingga mampu menjadi simbol daerah Mojokerto itu sendiri.

Hasilnya dengan metode *triple helix* kerajinan perak Sentra Batankrajan dapat memajukan perekonomian desanya dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat desanya sehingga pendapatan perkapitan menjadi meningkat. Penerapan *triple helix* pada Sentra Batankrajan dengan membangun kelompok usaha bersama dalam memudahkan terbinanya akses keuntungan pasar bagi para pengerajin, adanya forum diskusi bersama antara pemerintah dan juga pengerajin perak serta akademisi dalam menciptakan ide dan inovasi bagi produk

perak sehingga adanya pelatihan dan pendampingan bagi pengerajin perak di wilayah Mojokerto.<sup>24</sup>

Sama-sama tentang pengembangan menggunakan metode *triple helix* pada kerajinan untuk bisa mengembangkan pasar dan produk untuk bisa memiliki ciri khas yang melekat di benak konsumen. Peneliti sebelumnya tentang mengembangkan SDM untuk bisa bersaing dengan kualitas yang dapat di unggulkan dengan usaha serupa dengan model *triple helix* sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti pengembangan bisnis kerajinan batik dengan metode *triple helix* guna memanfaatkan kearifan lokal Desa Sidomulyo.

**Tabel 2.1**  
**Tabulasi Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Endah Supeni Purwaningsih, (2019)	“Penerapan Modul <i>Triple Helix</i> dan Keuangan Bersaing Pada UKM Industri Kreatif di Kabupaten Siduarjo”	Penelitian ini mengkaji metode <i>triple helix</i> dan industri Kreatif	Pada penerapan <i>triple helix</i> dalam penerapan keuangan industri kreatif .
2	Sri Dewi, dkk, (2020)	“Pendekatan <i>Triple Helix</i> Dalam Membnetuk City Branding”	Persamaan dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan <i>triple helix</i>	Pada membahas pendekatan dalam membentuk <i>City Branding</i> yang menjadi keunggulan
3	Mursyid Al Fadhil, (2020)	“Analisis Konsep <i>Triple Helix</i> Dalam Mendorong	Penelitian ini sama-sama membahas metode <i>triple helix</i> dalam	Pada pengembangan indutri kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan

<sup>24</sup> Danarti Hariani, “Analisis Model *Triple Helix* Dalam Pengembangan Ekonomi (Studi Pada IKM Kerajinan Perak Mojokerto)”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 6, no.1 (1 Januari, 2022), 2085-2089.

		Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Upaya Peningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam	mengembangkan industri kreatif	masyarakat berdasar pada ekonomi islam pengerajin tenun
4	Khoirunni sa Nur Abidah, dkk, (2020)	“Konsep Model Bisnis Inkubasi Online Dengan Perspektif Triple Helix”	Penelitian ini sama-sama mengkaji metode <i>triple helix</i>	Pada model bisnis online dengan metode <i>triple helix</i> yang bertujuan untuk mengetahui perkembangan pendapatan pada bisnis online
5	Priscillia Amelia Wulandari, dkk, (2021)	“Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Pada Industri Saniotair Klasemen, Karangbesuki, Malang”	Penelitian ini sama-sama mengkaji metode <i>triple helix</i> untuk di aplikasikan pada industri Kreatif	pada objek penelitian dan pengumpulan data yang menggunakan kuesioner
6	Asmidin, dkk, (2021)	“Modell Triple Helix Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Baubau”	Persamaan dengan penelitian terdahulu pada metodologi penelitian dan sama-sama mengkaji tentang <i>triple helix</i>	Pada pembahasan peningkatan pendapatan asli daerah menggunakan metode <i>triple helix</i>
7	Ulfi Jefri dan Ibrohim, (2021)	“Strategi Pengembangan (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Pulo Ampel Kabupaten Serang Banten”	Persamaan dengan penelitian terdahulu pada metodologi penelitian dan juga membahas <i>triple helix</i>	Pada tujuan ekonomi kreatif UMKM pengembangan usaha di Kota Pulo
8	Afina Faradisa,	“Strategi Pengembangan	Penelitian ini sama-sama membahas	Pada pengembangan batik tulis saja

	(2021)	UMKM Batik Tulis (Strudi Kasus Kampung Batik Kemplong Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekaalongan)”	metode <i>triple helix</i> dalam mengembangkan industri kreatif	sedangkan peneliti menggunakan batik kearifan lokal
9	Bernadus Tresno Sumbodo, dkk, (2021)	“Pemberrdayaan Masyarakat Model <i>Triple Helix</i> Pengembangan Desa Wisata Kampung Iklim di Desa Panduwoharjo Slemnan Daerah Istimewa Yogyakarta”	Persamaan dengan Penelitian terdahulu sama-sama menggunakan <i>triple helix</i>	Pada pengembangan wisata kampung iklim pada pemberdayaan masyarakat
10	Danarti Hariani, (2022)	“Analisis Model <i>Triple Helix</i> Dalam Pengembangan Ekonomi (Studi Pada IKM Kerajinan Perak Mojokerrto)”	Persamaan dengan penelitian terdahulu pada metodologi penelitian serta mengkaji <i>triple helix</i>	Pada pengembangan ekonomi kerajinan perak sedang peneliti pada kerajinan batik dengan kearifan lokal

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

Dari beberapa jenis penelitian diatas yang sudah dipaparkan, terdapat persamann dan perbedaan penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas metode *triple helix*. Sedangkan perbedaan penelitiannya terletak pada pembahasan strategi pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal pada kerajinan batik



## B. Kajian Teori

### 1. Strategi Pengembangan

#### a. Pengertian Strategi Pengembangan

Strategi diartikan pengetahuan mengenai sumber-sumber yang tersedia dari suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang ingin capai. Menurut David strategi merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>25</sup>

Pengembangan adalah usaha yang direncanakan organisasi agar meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan tenaga kerja atau pegawai yang lebih menekankan pada peningkatan pengetahuan pekerjaan pada masa yang akan datang. Usaha merupakan kegiatan yang mencakup kegiatan produksi, dan distribusi yang melibatkan tenaga, pikiran, dan anggota tubuh demi mencapai tujuannya. Jadi pengembangan usaha dapat diartikan Jadi pengembangan usaha adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat secara ekonomis dan

---

<sup>25</sup> Rika Dwi dan Alim, Manajemen Strategi: Pengantar (Buku Bahan Ujian Komprehensif) (Sulawesi Selatan: Pusaka Almada, 2020), 2-3

perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.<sup>26</sup>

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan strategi pengembangan usaha adalah kumpulan tujuan, perencanaan, kebijakan, dan aktivitas perusahaan yang ditujukan untuk mengidentifikasi kesempatan usaha di tengah pasar, mempertahankan kelangsungan usaha dan mencapai kesuksesan usaha. Langkah ini penting dalam merancang model bisnis yang dapat bertahan lama, sehingga berdampak pada hidup perusahaan yang akan berlangsung lama pula.

#### b. Tahapan-tahapan Pengembangan Usaha

Budiarto dan Riadi berpendapat bahwa pelaku bisnis jika ingin melakukan pengembangan pada usahanya akan melalui tahapan sebagai berikut:

##### 1) Memiliki ide usaha

Adanya sumber seperti: rencana perusahaan, saran manajemen, program dan pemerintah, hasil berbagai riset peluang usaha, dan asosiasi usaha sejenis.

##### 2) Penyaringan ide atau konsep sebuah usaha

Informasi yang telah terkumpul dan di analisis maka pemimpin usaha dapat merumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

<sup>26</sup> Ahmad Sulaiman dan Asmawi, “ Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen dan Profitabilitas Pada Rich’s Coffe”, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no.1 (2022), 21-22

### 3) Pengembangan rencana usaha

Kemudian alternatif dipilih yang terbaik dan prospektif bisa dengan menggunakan kriteria sebagai berikut: ketersediaan pasar, resiko kegagalan, dan harga.

### 4) Implementasi rencana usaha dan pengendalian

Selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih setelah penentuan alternatif dilakukan. Memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan dengan mengarahkan lalu memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.<sup>27</sup>

### c. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi ini digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Dalam merencanakan strategi pengembangan usaha perusahaan harus memiliki landasan strategi dalam mengembangkan

perusahaannya menurut Fred R. David terdapat beberapa alternatif yang digunakan dalam pengembangan usaha pada suatu perusahaan, diantaranya:

#### 1) Strategi Pengembangan Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan dan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

<sup>27</sup>Artikel Tahapan dan Jenis Pengembangan Usaha, oleh R.M Wildan, 2023, <https://id.scribd.com/document/544567015/Tahapan-dan-Jenis-Pengembangan-Usaha>

Pengembangan produk merupakan upaya peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa sekarang atau mengupayakan pengembangan produk atau jasa baru.

Strategi ini mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk dan jasa untuk saat ini dan yang masa yang akan datang serta bisa sebagai pengembangan produk atau jasa baru.

## 2) Strategi Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar merupakan sebuah usaha yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan dari hasil produk yang dihasilkan dengan begitu perusahaan mencapai segmen pasar baru untuk produknya. Hal tersebut merupakan salah satu cara alternatif dalam meningkatkan penjualan.

Strategi ini meliputi penjualan produk perusahaan pada kelompok konsumen yang baru. Produk disini merupakan produk yang sudah ada dalam perusahaan.

## 3) Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar adalah upaya meningkatkan penjualan produk lama di pasar yang lama dengan menguatkan aspek promosi sesuai dengan target pasar dengan pendekatan berbeda. Pemilik usaha menggunakan penetrasi pasar untuk menentukan ukuran pasar potensial atau membantu mengembangkan strategi untuk meningkatkan pangsa pasar produk atau jasa tertentu.

Berfokus pada produk perusahaan dalam pasar yang sudah ada. Pelaku usaha akan berusaha menembus produk atau pasar lebih jauh dengan cara mendorong konsumen yang sudah ada untuk lebih banyak membeli produk perusahaan tersebut. Strategi ini sangat efektif agar mendorong konsumen bisa melakukan pembelian berulang.

#### 4) Strategi Diversifikasi

Diversifikasi adalah suatu aktivitas memvariasikan produk, usaha, serta berbagai hal lainnya. Diversifikasi merupakan perluasan pada cakupan pasar dengan cara menambah jenis usaha, produk, dan jasa baru yang berbeda dari apa yang di produksi saat ini. Strategi yang bertujuan menjual produk baru pada pasar yang baru juga.<sup>28</sup>

## 2. Industri Kreatif

### a. Pengertian Industri Kreatif

Simatupang menjelaskan: Industri kreatif adalah industri yang berbasis pada keterampilan, bakat, dan kreativitas yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan dan memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat melalui pemanfaatan kekayaan intelektual dan daya kreatif sumber daya manusia. Industri kreatif merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengandalkan sumber daya manusia yang dikaitkan dengan inovasi, keterampilan, ide, dan konsep sehingga

<sup>28</sup> Dikdik dan Dewi, *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*, (Kuningan: Uniki Press, 2015), 208-211

dapat menghasilkan barang atau jasa yang bernilai ekonomi tinggi dan dapat membawa kesejahteraan bagi masyarakat apabila mempunyai keterampilan untuk menemukan ide atau pengetahuan tersebut dapat menciptakan nilai ekonomi yang tinggi. Industri kreatif memiliki fokus karya kepemilikan intelektual seperti seni, film, desain *fashion* dan termasuk pada layanan kreatif antar perusahaan seperti iklan dan promosi.<sup>29</sup>

b. Faktor yang mempengaruhi perkembangan industri kreatif

Faktor yang dalam mempengaruhi perkembangan industri kreatif adalah:

1) Kreativitas. Faktor ini sangat diperlukan untuk mampu menciptakan inovasi dan ketekunan sumber daya manusia sehingga mampu mendorong berkembangnya industri kreatif dengan menghadirkan inovasi dan potensi.

2) Kemajuan teknologi. Faktor ini mendorong industri kreatif untuk mendukung sektor perekonomian untuk mengembangkan aktivitasnya.

3) Media. Elemen media sosial ini memberikan kontribusi dan potensi yang besar kepada pelaku industri kreatif yang dapat menawarkan produknya dan berkontribusi terhadap pertumbuhan industri kreatif di masa depan.

---

<sup>29</sup> Ratna Wijayanti Daniar Paramita, *Manajemen Industri Kreatif* (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), 18-19

- 4) Pengembangan IKM (Industri Skala Kecil dan Menengah). Faktor ini industri kreatif skala kecil dan menengah harus insentif dari sisi fiskal dan moneter agar bisa mengembangkan usahanya.<sup>30</sup>

c. Pelaku dan faktor penggerak industri kreatif

Dalam pengelolaan industri kreatif dan berbagai kegiatan ekonomi kreatif, diperlukan peran serta banyak pelaku dalam kegiatan tersebut. Penggerak industri kreatif adalah:

- 1) Peneliti. Seseorang yang memiliki keahlian dan kemampuan di bidang seni dan ilmu transformasi.
- 2) Bisnis. Suatu unit organisasi yang dibentuk untuk memfasilitasi penyediaan barang dan jasa kepada konsumen.
- 3) Pemerintah. Organisasi yang berwenang mengatur kegiatan suatu negara.<sup>31</sup>

d. Kendala pelaku bisnis industri kreatif

Beberapa kendala yang masih harus dihadapi oleh pelaku

bisnis industri kreatif ini, antara lain:

- 1) Minimnya perlindungan pemerintah terhadap hak cipta terhadap kreasi produk barang atau jasa.
- 2) Modal yang dimiliki pelaku bisnis industri kreatif masih relatif kecil.
- 3) Kurang terjaminnya kualitas produk atau jasa dari pelaku bisnis industri kreatif.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 63-64

<sup>31</sup> Anindita Imam Basri, *Bahan Ajar Ekonomi Kreatif* (Yogyakarta, 2022), 20

### 3. Kearifan Lokal

Kearifan lokal mempunyai arti pengetahuan atau nilai yang berkaitan dengan pendapat bijak masyarakat tentang nilai baik yang berasal dari masyarakat setempat. Nilai-nilai moral dan etika yang terkandung dalam kearifan lokal dikembangkan secara turun temurun dan kemudian diwariskan dari generasi ke generasi. Secara umum kearifan lokal digambarkan sebagai suatu produk yang merupakan warisan budaya dan jati diri bangsa, yang mempunyai kekuatan untuk membangun jati diri bangsa tersebut.

Salah satu produk budaya yang bertumpu pada bahan baku yang berbasis pada kearifan lokal yaitu batik. Batik merupakan salah satu budaya warisan bangsa yang menjadi identitas dari bangsa itu sendiri, serta memiliki nilai ekonomis. Batik adalah suatu proses melukis pada kain mori dengan cara menutup bagian tertentu canting dengan lapisan pembatas (lilin batik) yang disebut lilin. Mengembangkan desain batik

dengan menggunakan kearifan lokal daerah. Pemanfaatan kearifan lokal dalam mengembangkan desain batik mempunyai potensi besar untuk meningkatkan kesadaran terhadap daerah-daerah yang memerlukan pengembangan, sehingga dapat mendorong pengembangan daerah di bidang budaya, pariwisata, dan perekonomian. Keutamaan industri batik yang berbasis pada kecerdasan lokal membuat industri kreatif mempunyai potensi untuk berkembang lebih cepat dan mempunyai ciri

---

<sup>32</sup> Haswan Yunas dkk, *Ekonomi Kreatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 204-205



khas yang sangat unik. Dengan mengembangkan strategi pada produk industri kreatif dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.<sup>33</sup>

#### 4. *Triple helix*

##### a. Pengertian *Triple helix*

Suatu pendekatan dalam menciptakan sinergi kerjasama dari tiga aktor yaitu pemerintah, pelaku bisnis, dan akademik untuk membangun ekonomi berbasis pengetahuan yang mana teori tersebut di populerkan oleh Etzkowitz dan Leydersdorff dikenal dengan metode *triple helix*, di harapkan bisa dengan kerja sama ketiga aktor tersebut bisa melahirkan berbagai inovasi pengetahuan yang memiliki potensi untuk ditransformasi menjadi produk maupun jasa yang memiliki nilai ekonomis. Tujuan, yang dapat menimbulkan hubungan erat antara ketiga entitas tersebut sebagai saling mendukung dan bersimbiosis.

*Triple helix* merupakan sinergi tiga aktor sebagai motor penggerak pengembangan ekonomi kreatif, sinergi antara akademisi, dunia usaha, dan pemerintah. Para sarjana yang memiliki sumber daya, ilmu pengetahuan, dan teknologi fokus untuk membuat penemuan dan inovasi yang lebih dapat diterapkan. Pelaku ekonomi melakukan kapitalisasi untuk menciptakan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat. Pemerintah kemudian berperan sebagai penjamin

<sup>33</sup> Zaim Mukaffi, Nanang, dan Syahirul, "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal (Studi Pada Sentra Industri Kerajinan Batik Banyuwangi)", *Ejournal Kopertais*, (Oktober, 2014), 25-26

dan menjaga stabilitas hubungan kedua dengan regulasi yang menguntungkan.<sup>34</sup>

b. Tujuan *Triple helix*

Tujuan dari pendekatan *triple helix* adalah pembangunan ekonomi berkelanjutan berdasarkan ilmu pengetahuan dan inovasi. Dari sinergi ini diharapkan sirkulasi pengetahuan akan mengarah pada inovasi, yaitu inovasi yang memiliki potensi ekonomi atau kapitalisasi pengetahuan (*intellectual capital*). *Triple helix* sebagai aktor utama harus selalu mengarah pada terbentuknya ruang konsensus, ruang kesepakatan dimana ketiga aktor ini mulai membuat kesepakatan dan komitmen terhadap sesuatu yang pada akhirnya akan bermuara pada terbentuknya ruang inovasi, pembaharuan yang dapat dikemas menjadi produk inovatif yang bernilai ekonomis.

Berharap konsep *triple helix* akan mendorong untuk menelusuri batasan antara dimensi kelembagaan regulasi dan fungsi sosial yang dijalankannya. Benturan dua lapisan, yaitu pengetahuan dan institusi, antara tiga pihak dominan (akademisi, industri, dan pemerintah) akan menciptakan peluang pemecahan masalah dan inovasi bersama. Oleh karena itu, tujuan utama *triple helix* adalah

---

<sup>34</sup> Zul Asfi Arroyhan Daulay, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode *Triple Helix* (Studi pada UMKM Kreatif di Kota Medan)", *Jurnal Tansiq* 1, no.2 (Juli-Desember, 2018), 187.

pembangunan ekonomi berkelanjutan dan berbasis ilmu pengetahuan dan inovasi serta pemecahan masalah secara bersama-sama.<sup>35</sup>

c. Aktor-Aktor Yang Berperan Dalam *Triple helix*

Secara lebih rinci peran masing-masing aktor dalam konsep *triple helix* diuraikan sebagai berikut:

1) Akademisi

Berperan sebagai agen yang menyebarkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan, seni dan teknologi, dijabarkan dalam tiga bentuk peranan yaitu:

a) Peran pendidikan

Ditujukan untuk mendorong lahirnya generasi kreatif Indonesai dalam pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam industri kreatif.

b) Peran penelitian

Dilakukan untuk memberikan masukan tentang model kebijakan pengembangan industri kreatif dan *instrument* yang dibutuhkan, serta menghasilkan teknologi yang mendukung cara kerja dan penggunaan sumber daya yang efisien dan menjadikan industri kreatif nasional yang kompetitif.

c) Peran pengabdian masyarakat

Dilakukan untuk membentuk masyarakat dengan institusi/tatanan sosial yang mendukung tumbuh suburnya

<sup>35</sup> Azizul Kholis, dkk, *Model Tiple helix Dalam Kegiatan Coporate Social Respobsibility*, (Medan, Economic & Business Publishing, 2021), 2-4

industri kreatif nasional. Peran Bisnis, aktor bisnis merupakan pelaku usaha, investor dan pencipta teknologi baru, serta juga merupakan konsumen industri kreatif.

## 2) Pemerintah

Dalam pengembangan industri kreatif memiliki peran sebagai berikut:

### a) Katalisator, fasilitator dan advokasi.

Memberikan rangsangan, tantangan dan dorongan terhadap ide bisnis untuk mencapai tingkat kompetensi yang lebih tinggi. Dukungan tersebut dapat berupa komitmen pemerintah untuk menggunakan kekuatan politiknya secara proporsional dan memberikan pelayanan administrasi publik yang baik di samping dukungan finansial, insentif atau perlindungan.

### b) Regulator yang menghasilkan kebijakan-kebijakan.

Melibatkan orang, industri, institusi, perantara, sumber daya dan teknologi. Pemerintah dapat mempercepat pengembangan industri kreatif jika dapat menciptakan kebijakan yang menciptakan lingkungan usaha yang mendukung industri kreatif.

### c) Konsumen, investor bahkan *entrepreneur*

Pemerintah sebagai investor harus mampu memberdayakan aset negara agar industri kreatif dapat

beroperasi secara efektif dan bertanggung jawab dalam melakukan investasi pada infrastruktur industri.

d) *Urban planner*

Kreativitas akan tumbuh subur di kota-kota dengan lingkungan kreatif. Agar pengembangan ekonomi kreatif dapat berjalan dengan baik, perlu diciptakan kota-kota kreatif yang mampu menjadi daya tarik bagi individu yang ingin memulai usaha di Indonesia.

3) Aktor bisnis

Ia merupakan pelaku ekonomi, investor dan pencipta teknologi baru, serta konsumen industri kreatif.

a) Kreator, merupakan pusat keunggulan bagi masyarakat yang menciptakan produk dan jasa inovatif. Pasar baru mempunyai potensi untuk menyerap produk dan jasa yang dihasilkan dan menciptakan lapangan kerja bagi individu kreatif atau mereka yang mendukungnya.

b) Terbentuknya komunitas dan wirausaha kreatif. Sebagai penggerak terbentuknya ruang publik tempat terjadinya pertukaran pemikiran, para pendamping dapat menumbuhkan kreativitas usaha di industri kreatif, pembinaan bisnis atau pelatihan manajemen usaha di industri kreatif.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa terdapat 3 pelaku utama pengembangan ekonomi dan industri kreatif dalam konsep

*triple helix*, yaitu akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah. Harmoni dan integrasi ketiga pemangku kepentingan akan menciptakan ruang kesepakatan bersama dan energi yang luar biasa untuk mendorong pengembangan industri kreatif. Model hubungan dan peran masing-masing aktor dalam konsep *triple helix* akan dikembangkan sebagai titik penerapan bagi pengembangan industri kreatif.<sup>36</sup>

#### d. *Triple helix* Menurut Para Pakar Islam

Peran dari antara akademisi, pemerintah dan aktor bisnis merupakan hal cukup signifikan dan proporsional dalam kaitannya dengan industri kreatif sebab ketiganya memiliki peran masing-masing dalam bersinergi membangun industri kreatif. Al-Qurtubi mengartikan *تَعَاوُنٌ عَلَى الْبِرِّ وَاتَّقَى* adalah akhlak Islam, masing-masing membantu orang lain sesuai dengan kapasitas dan kemampuan yang dimilikinya. Pemerintah untuk saling tolong-menolong dalam politik dan akhlak merupakan perintah bagi setiap orang. Jadilah seperti Anda

membantu orang lain. Kebaikan dan kesalehan adalah dua kata yang memiliki arti yang sama. Karena setiap amal baik adalah ketakwaan dan setiap kesalehan adalah kebaikan.

Allah SWT menjanjikan balasan yang berlipat dalam setiap kebaikan yang dilakukan, ini terdapat dalam firmanNya dalam QS. Al-An'am: 6:160:

<sup>36</sup> Anindita Imam Basri, *Bahan Ajar Ekonomi Kreatif*, 21-22

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ مِثَالِهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا تُجْزَى إِلَّا  
مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٦٠﴾

Artinya: Siapa yang berbuat kebaikan, dia akan mendapat balasan sepuluh kali lipatnya. Siapa yang berbuat keburukan, dia tidak akan diberi balasan melainkan yang seimbang dengannya. Mereka (sedikit pun) tidak dizalimi (dirugikan).

Berkaitan dengan hari pembalasan, Allah SWT menjelaskan tentang anugerah-Nya yang agung terhadap orang mukmin yang berbuat kebaikan, walaupun sedikit, akan mendapat balasan sepuluh kali lipat, bahkan bisa lebih dari itu sampai tujuh ratus kali lipat dari amalnya, karena Allah SWT Maha kaya. Salah satunya adalah tatanan gotong royong yang kemudian disalurkan sesuai konsep *triple helix*, dimana setiap subjek mengkoordinasikan kegiatan dan berperan baik secara individu maupun bersama-sama sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya dalam mengembangkan perekonomian dan industri kreatif untuk meningkatkan taraf hidup milik masyarakat dilihat dari perspektif ekonomi Islam.<sup>37</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>37</sup> Diunduh dari <http://www.google.com/amp/s/bekalislam.firanda.com/13306-tafsir-surat-al-anam-ayat-160.html/amp> , (11 Januari 2023).

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif disebut metode baru karena sudah lama tidak populer, dan disebut metode *post-positivis* karena berpijak pada filosofi *post-positivisme*. Metode ini disebut juga metode artistik karena fokus penelitiannya lebih bersifat artistik (kurang terstruktur) dan disebut metode interpretatif karena data penelitian lebih mementingkan penafsiran data bahan-bahan yang terdapat pada tempat kejadian.

Metode penelitian kualitatif disebut juga dengan metode penelitian deskriptif karena merupakan metode penelitian yang menggunakan data kualitatif dan dijelaskan secara deskriptif. Penelitian ini sering digunakan untuk menganalisis fenomena, objek, peristiwa, atau keadaan sosial.<sup>38</sup>

Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, lebih fokus pada hasil pengumpulan data dari informan atau responden yang telah ditentukan. Peneliti lebih memilih terjun langsung kelapangan pada Rumah Batik Desa Sidomulyo karena membutuhkan pengamatan secara langsung kelapangan guna memperoleh narasumber yang diinginkan maupun strategi pengembangan usaha yang dilakukan pada Rumah Batik Sidomulyo dengan metode *triple helix* pada kerajinan batik.

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 7.



## B. Lokasi Penelitian

Dalam hal ini peneliti menentukan lokasi di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember. Lokasi tersebut dipilih dengan alasan batik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember merupakan industri kreatif yang belum terkenal dikalangan masyarakat Jember akan tetapi telah mencapai tahap penjualan internasional.

## C. Subyek Penelitian

Pada bagian kali ini berisi tentang jenis data dan sumber data. Penjelasannya meliputi data apa yang ingin diperoleh, siapa yang akan dijadikan informan atau subjek penelitian, dan bagaimana data akan dicari dan dijaring untuk menjamin keabsahannya.

Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive*, teknik ini menentukan informan dengan pertimbangan tertentu yaitu orang yang sangat berpengaruh dan dianggap paling paham mengenai informasi Batik Desa Sidomulyo bagian ini berisi tipe data dan sumber data.

Penjelasannya mencakup data apa yang ingin dikumpulkan, siapa yang akan dijadikan informan atau subjek penelitian, dan bagaimana data tersebut akan diteliti dan dimasukkan untuk menjamin keabsahannya. Untuk mengidentifikasi topik penelitian, peneliti menggunakan teknik deliberatif, yaitu mengidentifikasi informan berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu pihak yang mempunyai pengaruh besar dan dianggap paling informatif tentang Kampung Batik Sidomulyo.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 219.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian atau orang yang terlibat dalam pernyataan ini adalah Risqi selaku peserta PPL dari UMKM Batik Desa Sidomulyo (Akademisi), Putri selaku Ketua UMKM Batik Desa Sidomulyo (Pengelola Bisnis), Dwi selaku pengurus UMKM Batik Desa Sidomulyo (Pengelola Bisnis) dan Kamiludin selaku Kepala Desa Sidomulyo (Pemerintah).

#### **D. Sumber Data**

Menurut Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data pelengkap seperti dokumen, dan lain-lain. Namun untuk melengkapi data penelitian diperlukan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

##### **1. Sumber Data Primer**

Data primer adalah pengumpulan data dengan menggunakan alat observasi, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen.

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung

dengan menggunakan teknik wawancara dengan informan atau sumber

langsung. Sumber primer sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, sumber data

utama adalah akademisi, pejabat pemerintah, dan para pemimpin dunia

usaha yang aktif terlibat dalam industri kreatif berupa batik tulis di Desa

Sidomulyo Kabupaten Jember.

## 2. Sumber data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk menunjang data primer, antara lain melalui penelitian kepustakaan, dokumen, buku, majalah, surat kabar, dan catatan tertulis yang berkaitan dengan subjek yang diteliti dalam penelitian ini. Sumber sekunder merupakan sumber yang diperoleh secara tidak langsung dengan memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen. Sumber data ini akan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data dan menganalisis hasil penelitiannya, yang pada akhirnya dapat memperkuat temuan dan menghasilkan penelitian dengan tingkat validitas yang tinggi.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian perlu mempertimbangkan kesesuaian teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data merupakan bagian penting dalam kegiatan penelitian karena jika pengumpul data melakukan kesalahan sikap pada saat proses wawancara maka akan mempengaruhi data yang diberikan oleh subjek penelitian dan bila hal ini terjadi akan mempengaruhi kesimpulan yang diperoleh. Mengenai metode yang akan digunakan untuk mengumpulkan data sesuai dengan jenis data dan sumber data, metode yang dapat digunakan antara lain observasi, wawancara dan catatan. Teknik-teknik tersebut akan dijelaskan lebih detail sebagai berikut:

## 1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri khas dibandingkan dengan teknik lainnya, khususnya wawancara dan angket. Jika wawancara dan kuisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak hanya terbatas pada manusia saja tetapi juga pada objek alam lainnya.

Menurut Sutrisno Hadi, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, mencakup banyak proses biologis dan psikologis yang berbeda. Jika wawancara dan kuisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak hanya terbatas pada manusia saja tetapi juga pada objek alam lainnya. Dua yang paling penting adalah proses observasi dan memori. Observasi umumnya dibagi menjadi dua yaitu:

### a. Observasi langsung

Pengamatan yang dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsung peristiwa sehingga observer berada bersama objek yang diselidiki atau diteliti atau datang langsung ke lokasi yang akan diteliti.

### b. Observasi tidak langsung

Pengamatan atau pencatatan yang dilakukan tidak pada saat peristiwa berlangsung atau pengamatan melalui slide, foto, recorder, dan lain sebagainya.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 145.

Dalam penelitian ini observasi dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan mendatangi lokasi dan mengamati kemudian mencatat hasil dari pengamatan dan di dokumentasikan sebagai hasil observasi.

Adapun data yang ingin diambil dari metode observasi ini adalah:

- a. Latar belakang berdirinya Batik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember.
- b. Latar geografis tempat penelitian Batik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember.
- c. Data-data yang berhubungan dengan Batik Sidomulyo Kabupaten Jember.

## 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan dari pada laporan

tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. Wawancara dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.<sup>41</sup>

Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan yakni secara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan dengan terformat secara baik. Hasil wawancara yang

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 231.

diperoleh strategi pengembangan usaha kerajinan batik dengan metode *triple helix* hingga kendala dan solusi pada pengembangan industri kreatif dengan metode *triple helix*.

### 3. Dokumentasi

Penelitian kepustakaan bertujuan untuk menemukan kegiatan dan tindakan yang dapat meningkatkan pemahaman peneliti terhadap permasalahan yang diteliti.

Guba dan Lincoln mendefinisikan dokumen sebagai catatan tertulis atau film yang telah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak kasus dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk mengkaji, menafsirkan bahkan meramalkan.<sup>42</sup>

Adapun data yang ingin diambil dari dokumentasi adalah sebagai berikut:

- a. Struktur UMKM Rumah batik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember.
- b. Data pekerja UMKM Rumah batik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember.

### F. Analisis data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum terjun ke lapangan, saat terjun ke lapangan, dan setelah terjun ke lapangan. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih fokus pada proses kerja lapangan dan juga pengumpulan data.<sup>43</sup>

Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 240.

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 244-245

## 1. Reduksi data

Pada tahap ini, yang dilakukan peneliti adalah:

- a. Catat apa yang diperoleh di lokasi penelitian (data lapangan) mulai dari observasi, catatan lapangan, rekaman wawancara, dan dokumen berupa uraian atau laporan yang lengkap dan rinci. Laporan lapangan diringkas, diringkas, dan poin-poin penting dipilih, dengan fokus pada indikator variabel sekunder.
- b. *Coding*, yaitu pemberian label atau simbol atau kode pada setiap jawaban yang termasuk dalam kategori yang sama.

## 2. Penyajian data

Penyajian data dimaksudkan untuk membantu peneliti dengan mudah mendapatkan gambaran atau bagian tertentu dari penelitian. Dengan kata lain, menyangkut pengorganisasian atau penataan data sedemikian rupa sehingga strukturnya dapat dipahami, kemudian melakukan analisis mendalam terhadap data tersebut dalam bentuk tertentu

agar tampak lebih lengkap, sehingga ditemukan pada saat masuk sekolah akan mengalami pengembangan data. Oleh karena itu, peneliti harus selalu menguji apa yang ditemukannya ketika terjun ke lapangan.<sup>44</sup>

## 3. Kesimpulan atau verifikasi

Saat menganalisis data kualitatif, langkah terakhir adalah menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, kesimpulan diambil secara terus-menerus sepanjang proses penelitian. Saat memasuki lapangan dan selama

---

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 249

proses pengumpulan data, peneliti bersama menganalisis dan mencari makna dari data yang dikumpulkan, terutama dengan mencari kecederungannya. Tema, hubungan, persamaan, kejadian umum, bagaimana jika, digambarkan dengan kesimpulan yang masih belum pasti (ketiga), namun dengan bertambahnya data melalui proses inferensi yang terus menerus maka akan diperoleh kesimpulan akhir secara lengkap atau rinci. Dengan kata lain, setiap kesimpulan terus menerus diverifikasi (verifikasi) seiring berjalannya penelitian.

#### **G. Keabsahan data**

Agar hasil penelitian kualitatif dapat dipercaya kebenarannya oleh banyak pihak, maka perlu adanya pengecekan keabsahan data. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik-teknik keabsahan data seperti perpanjangan kehadiran penelitian di lapangan, observasi secara mendalam, triangulasi, pembahasan sejawat (teman) dan melacak kesesuaian hasil.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode triangulasi sumber, data yang diambil melalui tiga sumber atau *interview* yakni pembimbing, ketua, dan manajer operasional UMKM Batik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember. Lalu disimpulkan dari *interview* tersebut menjadi data yang lebih valid atau dapat dipercaya.



## H. Tahap-tahap penelitian lapangan

Langkah-langkah penelitian harus dijelaskan untuk memudahkan penelitian, meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengumpulan data, analisis data, dan penulisan laporan. Berikut langkah-langkah penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

1. Tahap pra lapangan yaitu tahap sebelum peneliti berada di lapangan pada tahap pra lapangan ini dilakukan beberapa kegiatan sebagai berikut:
  - a. Menyusun rancangan penelitian
  - b. Memilih lapangan penelitian
  - c. Mengurus surat perizinan
  - d. Meninjau dan menilai lapangan
  - e. Memilih dan memanfaatkan lingkungan
  - f. Mempersiapkan perlengkapan untuk penelitian
  - g. Pembahasan etika penelitian
2. Tahap pekerjaan lapangan
  - a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
  - b. Memasuki lapangan
  - c. Mengumpulan data
3. Tahap analisis

Tahap analisis data adalah proses menyusun dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, serta satuan uraian dasar sehingga peneliti bisa menemukan tema dan bisa merumuskan hipotesis seperti yang disarankan oleh data.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Batik Desa Sidomulyo

Sekitar tahun 1950, sekelompok kecil asyarakat asal Banyuwangi, Blitar, Yogyakarta datang ke desa Sidomulyo. Saat itu masih belum berpenghuni atau masih berupa hutan dan diparkirkan masih bisa ditempati. Kemudian mereka segera membangun beberapa gubuk, model tinggi dengan tangga untuk berteduh bahkan tempat tidur yang disebut pasanggaran.

Sebelum menjadi desa terakhir seperti sekarang ini, Desa Sidomulyo merupakan salah satu Dusun dari Desa Garahan. Nama desa Sidomulyo sendiri (menurut para sesepuh) mengandung arti “Sido” yang artinya Demikian atau Menjadi. Sedangkan kata “Mulyo” artinya mulia atau sejahtera. Dan sebagai perbandingan, “Sidomulyo” berarti mulia atau sejahtera dengan harapan masyarakat Sidomulyo dapat menjadi masyarakat yang mulia dan sejahtera. Gemah Rimpah Lohjinawi, Toto Tentrem Kerto Raharjo.

Awal terbentuknya Batik Desa Sidomulyo berawal dari pelatihan batik yang diadakan oleh GPS (Gerakan Pemuda Sidomulyo) pada Agustus 2017. Awal mula berdiri yang mana masih belum resmi dan tidak memiliki tempat produksi, kemudian kita mendirikan tempat yaitu Galeri

Batik dan dari beberapa kelompok berkumpul menjadi satu dengan nama Batik Desa Sidomulyo.

Terdapat 3 kelompok pengerajin batik (Blirea, Karya Ibu, Putri Manis) yang akhirnya membentuk nama Batik Desa Sidomulyo dan diresmikan pada 21 April 2018. Tujuan dari membuat salah satu UMKM ini adalah memberdayakan masyarakat sekitar dan terus melestarikan batik karena masih belum diterapkan di Desa Sidomulyo. Dan kini Batik Desa Sidomulyo sudah memproduksi beberapa macam batik tulis dan cap dengan motif beraneka ragam dan dominan motif yang bertema keindahan hutan tropis.<sup>45</sup>

## 2. Visi Misi Batik Desa Sidomulyo

### a. Visi Batik Desa Sidomulyo

- 1) Melestarikan dan memperkenalkan batik pada masyarakat umum.

### b. Misi Batik Desa Sidomulyo

- 1) Pemberdayaan masyarakat

- 2) Meningkatkan ekonomi masyarakat

- 3) Mewujudkan generasi muda cinta produk lokal<sup>46</sup>

## 3. Letak Geografis Batik Desa Sidomulyo

Terletak di jalan Gunung Ganding, RT.02/RW.09, Dusun Krajan, Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember Provinsi Jawa timur.

### a. Batas sebelah barat: Rumah warga

### b. Batas sebelah timur: Rumah Warga

<sup>45</sup> Diah Putri Aisyah, *Wawancara*, Jember, 27 Mei 2023.

<sup>46</sup> Diah Putri Aisyah, *Wawancara*, Jember, 27 Mei 2023.

- c. Batas sebelah selatan: Jalan Umum
- d. Batas sebelah utara: Perkebunan Kopi

#### 4. Struktur Organisasi

Setiap organisasi merupakan suatu susunan antar departemen dan jabatan dalam suatu perusahaan untuk melaksanakan kegiatan operasional untuk tujuan tertentu. Visi-Misi yang ada saat ini akan menjadi tujuan yang harus dicapai, inilah unsur penguat struktur organisasi yang harus ada untuk menciptakan sistem yang efektif dan efisien.

Struktur organisasi setiap bisnis berbeda-beda tergantung kebutuhan bisnis dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Struktur organisasi yang diterapkan di Batik Desa Sidomulyo adalah struktur organisasi linier, yaitu organisasi yang mana desentralisasi dalam organisasi berlangsung secara vertikal dan perusahaan dimiliki oleh satu orang untuk disubordinasikan kepada orang lain.

Struktur organisasi Batik Desa Sidomulyo:



Deskripsi jabatan, tugas dan wewenang masing-masing bagian dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Pembina

Membimbing dan menjadi penasehat untuk anggota yang lain.

b. Ketua

Sebagai owner untuk memegang kontrol terhadap Rumah Batik Sidomulyo.

c. Sekertaris

Disini memiliki tugas menulis laporan

d. Bendahara

Bendahara memiliki tugas untuk menulis atau mencatat tentang laporan keuangan masuk dan keuangan keluar.

e. Co. Produksi

Memiliki tanggung jawab ketika ada tender, menentukan jadwal bagi yang mampu untuk bekerja.

f. Co. Galeri

Sebagai penanggung jawab di galeri seperti penataan ruang dan lain-lainnya.

g. Co. Pemasaran

Memiliki tugas dalam penjualan baik online maupun offline.

#### h. Anggota

Anggota adalah pekerjanya, sebenarnya pekerja itu ada yang tetap dan ada yang panggilan. Kalau yang di struktur itu yang tetap dan yang panggilan tidak dicantumkan.<sup>47</sup>

### B. Penyajian Data dan Analisis

#### 1. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal dengan Metode *Triple helix* pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo

Dalam mengembangkan industri kreatif berbasis kearifan lokal ada nilai dasar untuk menentukan strategi dalam pengembangan industri kreatif. Tujuan strategi pengembangan usaha merancang model bisnis agar bertahan lebih lama. Jika pelaku bisnis ingin usahanya bisa bertahan lebih lama maka di perlukan adanya kerja sama dengan ketiga pihak penting yaitu pemerintah, bisnis, dan akademisi agar saling menguntungkan. Dukungan ketiga pihak tersebut pada industri kreatif kerajinan batik sangat diperlukan adanya stimulus yang mengandung ilmu pengetahuan, kemajuan teknologi, inovasi, dan kreativitas yang dapat membantu perkembangan industri kreatif kerajinan batik tersebut. Maka hal tersebut diperlukan strategi pengembangan usaha dengan metode *triple helix* yang di uraikan, sebagai berikut:

##### a. Strategi pengembangan produk

Strategi ini mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk batik masa ini dan masa mendatang serta

---

<sup>47</sup> Diah Putri Aisyah, *Wawancara*, Jember, 27 Mei 2023

pengembangan produk baru batik berupa barang dan jasa yang disediakan di Rumah Batik Desa Sidomulyo. Dengan demikian Bapak Kamiludin selaku Kepala Desa Sidomulyo menyampaikan:

“Dari pemerintah desa mengembangkannya gerakan pemuda sidomulyo (GPS) untuk bisa membantu masyarakat desa menggali lebih dalam potensi yang dimiliki. GPS mengenalkan masyarakat ke industri kreatif berupa kerajinan batik. Awalnya hanya mendirikan Galeri Batik dengan seiring berjalannya waktu menjadi beberapa kelompok hingga di bentuklah Rumah Batik. Produk batik mulai dari batik cetak, batik tulis, dan ecoprint. Batik ecoprint merupakan pembuatan batik yang sifatnya ramah lingkungan karena berasal dari bahan alami batik ecoprint terbentuk dari program kerja Bupati Jember yaitu Bapak Hendik sebelum resmi menjadi Bupati Jember yang mana Beliau menjanjikan *one village one product* artinya satu desa memiliki satu produk unggulan. Hal ini didukung penuh oleh menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Sandiaga Uno ikut serta membantu mempromosikan Jember sebagai pusat batik ecoprint di Indonesia. Konsumen juga bisa membeli produk olahan batik seperti, pakaian batik, aksesoris, barang hiasan rumah, batik sarung, dan batik sewek. Selain itu kami dari pemerintah melakukan kerja sama dengan beberapa universitas yang ada di Jember dan di luar kota Jember sejak tahun 2021 baik mahasiswa KKN, magang, maupun penelitian yang bertujuan membuka peluang sebesar-besarnya.”<sup>48</sup>

Selaras dengan Bapak Kamiludin, Putri selaku Ketua Rumah Batik Desa Sidomulyo menyampaikan bahwa:

“Memang benar pemerintah desa memfasilitasi kami dengan pelatihan dan bimbingan yang di adakan oleh gerakan pemuda sidomulyo (GPS) yang diketuai oleh Bapak Kamiludin. Mulanya tidak ada tempat resmi untuk memproduksi batik, hanya berdiri sebuah Galeri Batik yang kemudian terkumpul beberapa kelompok pembuat batik terbentuklah Batik Desa Sidomulyo. Motif batik yang di buat beragam, tetapi kami khususnya menggunakan motif kopi, bunga anggrek gumitir, dan bunga pinus yang mengusung tema kearifan lokal masyarakat setempat. Produk Batik Sidomulyo tidak hanya kain batik saja, kami para pengerajin batik mengikuti program dari

<sup>48</sup> Kamiludin, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

salah satu mahasiswa KKN kala itu untuk membuat produk olahan seperti topi dan sandal dengan desain motif batik tentunya dengan motif khas batik Sidomulyo yaitu biji kopi dan bunga pinus.”<sup>49</sup>

Risqi selaku Mahasiswa PPL UIN Khas Jember menyampaikan

hal yang sama dengan menyampaikan:

“Iya, motif batik yang ada di desa Sidomulyo sangat unik dan identik dengan Desa Sidomulyo sebab motifnya yaitu kopi dan bunga pinus yang memiliki filosofi dengan melihat batiknya bisa langsung teringat dengan Desa Sidomulyo yang di kelilingi dengan hutan pinus dan kopi. Pengerajin batik mengembangkan motif anggrek gunitir yang memiliki filosofi mendalam pada setiap gambar motif batik di Desa Sidomulyo. Untuk memberikan kemasan menarik bagi produk batik yang telah di beli oleh konsumen mahasiswa KKN UNEJ membangun branding agar produk batik mudah di ingat konsumen melalui pengemasan yang menarik sehingga memiliki kualitas branding, dengan pembuatan logo, selanjutnya membuat desain mockup kemasan sesuai dengan ukuran produk yang akan dikemas, kemudian lakukan pengamplikian dan produksi kemasan.”<sup>50</sup>

Dwi selaku pengurus Rumah Batik Desa Sidomulyo, mengatakan:

“Produknya tidak berupa kain batik saja akan tetapi, saya menjual seperti pakaian, aksesoris, masker, sarung, tas, topi, dan barang hiasan rumah. Ide tersebut berasal dari program kerja mahasiswa KKN yang mencoba untuk membuat beragam olahan batik mulai dari topi, tas dan sandal yang mana bahan dasar utama menggunakan kain batik. Dengan bekerja sama dengan beberapa perguruan tinggi membantu kami selaku pelaku bisnis dalam pengembangan produk olahan batik dalam menemukan ide, inovasi, masukan dan saran dalam bentuk program kerja dan lanjutan program kerjaa dari mahasiswa magang maupun KKN baik yang sebelumnya atau yang sedang berlangsung.”<sup>51</sup>

Dari hasil wawancara di atas dengan narasumber strategi pengembangan produk pada Rumah Batik Sidomulyo sudah dilakukan

<sup>49</sup> Putri, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

<sup>50</sup> Risqi, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

<sup>51</sup> Dwi, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023



dengan baik guna tercapainya pengembangan usaha pada Rumah Batik. Rumah Batik Sidomulyo melakukan pengembangan produk pada pembuatan batik ecoprint yang merupakan teknik membatik dengan cara mengambil tenin atau zat pewarna pada daun, akar, dan batang tumbuhan yang bersifat ramah lingkungan dengan dibantu oleh pemerintah agar menjadi pusat batik ecoprint di Indonesia. Pengembangan produk Rumah Batik Sidomulyo tidak luput dari peran pemerintah yang memfasilitasi dalam proses belajar batik sedangkan peran akademi dalam pengembangan ide, inovasi, masukan, kerja lanjutan program kerja baik yang sebelumnya atau yang sedang berlangsung seperti produk olahan batik pada aksesoris seperti topi, tas, dan sandal. Rumah Batik Sidomulyo lebih memilih motif unik seperti biji kopi, bunga pinus, dan angrek gunitir dengan konsep kearifan lokal daerah itu sendiri.

b. Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar berfokus pada penjualan produk batik yang sudah ada dalam perusahaan pada kelompok konsumen baru. Disampaikan oleh Bapak Kamiludin selaku Kepala Desa Sidomulyo bahwa:

“Pengembangan pasara yang dilakukan dibentuknya wisata edukasi agar bisa belajar teknik-teknik dalam membuat batik mulai dari menggambar pola atau motif sesuai dengan keinginan pengunjung, mencanting, mewarnai, penguncian warna, nglorod, pengeringan sampai produk hasil buatan sendiri bisa dibawa pulang sebagai oleh-oleh. Untuk bisa berwisata membayar tarif perorangan atau sesuai paketan yang dipilih. Pengunjung akan di sambut dengan galeri batik yang terdapat

berbagai macam batik Sidomulyo mulai dari batik tradisional hingga batik modern dengan berbagai macam pola, motif, dan warna yang unik. Hal ini dilakukan untuk bisa meningkatkan perekonomian desa serta membuka lapangan pekerjaan masyarakat Desa Sidomulyo. Maka perangkat desa bekerja sama untuk bisa mewujudkan wisata edukasi batik ini. Untuk bisa mewujudkannya kami menjalin hubungan dengan beberapa tokoh penting seperti Bupati Jember, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Gubernur Jawa Timur dan tokoh penting lain untuk mengadakan *event* dalam rangka promosi pada produk Rumah Batik Sidomulyo.”<sup>52</sup>

Pernyataan Bapak Kamiludin dibenarkan oleh Putri selaku

Ketua Rumah Batik, beliau mengatakan:

“Iya memang benar, dengan dibangunnya wisata batik sebagai edukasi bisa menambah pendapatan kami sebagai pelaku usaha industri kreatif ini serta memperkenalkan kepada para pengunjung beberapa produk yang telah di produksi tentunya besar harapan memberikan konsumen baru bagi saya selaku pengerajin batik. Saya dan teman-teman pengerajin lain juga melakukan kerjasama dengan Bupati Jember yaitu Bapak Hendik dengan menjual batik yang saya produksi di butik milik istri bupati jember yaitu Rien Collection. Dengan begitu bisa lebih memperluas pasar dan mendapatkan konsumen baru.”<sup>53</sup>

Hal yang sama di sampaikan oleh Dwi selaku pengurus di

Rumah Batik, mengatakan bahwa:

“Produk kain batik Kami pernah melenggang di panggung peragaan di New York, hal tersebut karena desainer Giral Sugeng tertarik mendesain kain batik Desa Sidomulyo menjadi dua busana dengan motif Anggrek Gunitir. Berawal dari itu banyak pembeli dari luar negeri menyambangi Rumah Batik untuk membeli kain batik khas Desa Sidomulyo, informasi yang mereka dapatkan dari internet. Pembeli dari luar negeri tersebut dari Australia dan Turki beberapa kali menyambangi Rumah Batik Desa Sidomulyo.”<sup>54</sup>

<sup>52</sup> Kamiludin, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

<sup>53</sup> Diah Putri Aisyah, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

<sup>54</sup> Dwi, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

Selaku Mahasiswa PLL di Rumah Batik Sidomulyo Risqi menyampaikan:

“Wisata batik juga di manfaatkan untuk bekerja sama dengan sekolah Desa Sidomulyo. Wisata batik ini menyediakan galeri yang terdapat berbagai macam batik dari tradisional hingga modern, serta motif yang khas yaitu biji kopi, bunga pinus, dan bunga anggrek gunitir. Pengunjung bisa membawa pulang hasil batiknya seukuran sapu tangan atau masker bahkan siswa sekolah bisa naik odong-odong keliling. Beberapa kampus di Jember atau di luar daerah Jember yang mengirim mahasiswanya untuk melakukan KKN, PPL, dan penelitian. Seperti yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Ilmu Komunikasi Universitas Surabaya dengan membuat profil desa dan wisata edukasi batik Desa Sidomulyo yang kemdian di upload di YT.”<sup>55</sup>

Diketahui startegi pengembangan pasar pada Rumah Batik Sidomulyo sudah melebarkan sayapnya hingga keluar negeri. Hal itu dikarenakan peran akademisi dalam mempromosikan tempat wisata batik Sidomulyo, *event* yang diselenggarakan di New York oleh desainer Giral Sugeng sehingga perkembangan pasar Rumah Batik Sidomulyo sampai ke luar negeri dan adanya wisata edukasi Rumah Batik Sidomulyo sebagai sarana belajar bagi pengunjung untuk melihat proses batik mulai dari membuat motif, mencanting, mewarnai, penguncian warna, nglorod, dan terakhir proses pengeringan kemudian hasil dari membatik tersebut bisa di bawa pulang sebagai oleh-oleh tentunya pengunjung bisa datang perorangan atau berkelompok tarifnya pun akan menyesuaikan keinginan pengunjung bisa paket atau perorangan.

---

<sup>55</sup> Risqi, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

c. Startegi penetrasi

Strategi ini bertujuan produk yang sudah ada di Rumah Batik Sidomulyo bisa menembus pasar yang lebih jauh dengan cara mendorong konsumen untuk membeli produk batik Sidomulyo secara berulang dan lebih banyak. Seperti yang telah disampaikan Bapak Kamiludin selaku Kepala Desa Sidomulyo:

“Hasil batik Desa Sidomulyo pernah mengikuti bazar dalam *event* JFC (Jember Fashion Carnaval), Ulang tahunun BRI, BI, bahkan pada acara Surabaya Expo dengan melakukan kerjasama bersama mahasiswa dari KKN dan PLL untuk mempersiapkan *event-event* besar tersebut. Dengan mengikuti *event* besar ini secara tidak langsung melakukan promosi pada hasil produk serta mendorong konsumen untuk pembelian berulang pada produk yang sama agar menembus pasar yang lebih banyak yang akhirnya meningkatkan pendapatan.”<sup>56</sup>

Putri selaku Ketua Rumah Batik menyampaikan demikian dengan berkata:

“Fokus saya menembus pasar yang lebih jauh dengan cara mendorong konsumen membeli produk lebih banyak. Salah satunya mengikuti bazar atau *event-event* yang ada di Jember atau di luar Jember. Berkolaborasi dengan pemerintah dan juga mahasiswa atau sekolah dalam memperkenalkan produk batik baik secara offline maupun online hingga menciptakan hubungan simbiosis mutualiasme. Maka dari hasil kolaborasi tersebut pesanan kain batik terus bertambah dari BNI, sekolah, kader posyandu, dan banyak lagi instansi pemerintah maupun swasta. Bahkan menteri BUMN Bapak Erik Tohir memesan sebanyak 5 set atas dan bawah kain batik sebagai cinderamata”.<sup>57</sup>

Dwi selaku pengurus Rumah Batik menyampaikan bahwa:

“Jika pesanan sedang banyak saya dan teman-teman akan bekerja sampai larut malam, hal ini karena saya juga melakukan

<sup>56</sup> Kamiludin, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

<sup>57</sup> Diah Putri Aisyah, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

kerja sama dengan Riens Collection salah satu butik yang dimiliki oleh istri Bupati Jember yaitu Bapak Hendik”.<sup>58</sup>

Risqi selaku Mahasiswa mangang UIN Khas Jember mengatakan hal yang sama:

“Dengan menghadiri beberapa *event* yang ada di Jember dengan dibantu oleh beberapa mahasiswa yang melaksanakan PPL dan KKN bisa menggait pembeli dengan jumlah besar dan berulang seperti pihak bank, kader ponyandu, sekolah, dan instansi pemerintah maupun swasta setiap tahunnya atau jika ada acara tertentu mereka akan memesan kembali kain baik atau baju batik yang ada di Rumah Batik Sidomulyo.”<sup>59</sup>

Strategi ini sudah dilakukan dengan baik terbukti dengan banyaknya pembelian berulang pada produk yang sudah dalam perusahaan oleh kader posyandu, pihak bank (BRI, BNI, BI), sekolah, instansi pemerintah maupun swasta yang diperkenalkan melalui *event* yang diadakan dan dibantu oleh akademisi serta pemerintah. Selain itu, melakukan kerjasama dengan butik Riens Collaction yang memungkinkan mendapatkan konsumen baru.

#### d. Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi memiliki tujuan menjual produk baru pada pasar yang baru. Hal ini di sampaikan Bapak Kamiludin selaku Kepala Desa Sidomulyo, beliau menyampaikan:

“Dari Rumah Batik belum meluncurkan produk baru baik dari kain batik maupun produk olahan batik. Fokus Batik Sidomulyo adalah mengembangkan produk yang sudah ada dengan memperbaiki produk batik baik kain batik dan olahan batik dengan dukung pemerintah dan akademisi untuk melanjutkan program kerja, ide, inovasi yang telah di tuangkan oleh kedua aktor tersebut dengan harapan bisa berkembang secara

<sup>58</sup> Dwi, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

<sup>59</sup> Risqi *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

maksimal. Penjualan pada pasar baru, Rumah Batik Sidomulyo memiliki keinginan melakukan ekspor ke berbagai penjuru dunia guna memperkenalkan karya seni tradisional yang memiliki nilai budaya. Konsep kearifan lokal pada motif yang digunakan yaitu biji kopi, bungan pinus, akar piarah, dan anggrek gunitir bermakna memperhatikan lingkungan sekitar masyarakat Desa Sidomulyo sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani kopi yang merupakan penghasil kopi Robusta terbesar di Jember dengan dikelilingi hutan pinus”.<sup>60</sup>

Hal yang sama disampaikan oleh Putri selaku Ketua Rumah

Batik Sidomulyo:

“Produk yang dihasilkan di Rumah Batik Sidomulyo ini memiliki kualitas yang sangat baik karena penggunaan bahan baku dari alam seperti pada teknik batik ecoprint. Maka dari itu batik ecoprint memiliki keunggulan tersendiri dan di anggap berpotensi untuk dikembangkan di Jember. Dari hal tersebut Saya dan teman-teman pengerajin yang lain mengembangkan teknik ini dengan lebih baik dari sebelumnya agar konsumen semakin percaya akan kualitas produk batik Sidomulyo. Rumah Batik Sidomulyo berencana mengembangkan ekspor produk mereka, rencana kami ini di imbangi dengan mengikuti workshop pendanaan ekspor UMKM yang didampingi oleh pemerintah desa dan mahasiswa KKN UNMUH Jember, diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM provinsi Jawa Timur di Java Lotus Hotel Jember dan memperoleh wawasan tentang cara mengatasi kendala dan merencanakan langkah mendukung untuk mengaktifkan ekspor Kami”.<sup>61</sup>

Pernyataan dari Putri di benarkan oleh Dwi selaku pengurus

Rumah Batik Sidomulyo:

“Memang benar Kami berencana melakukan ekspansi internasional yang menjadi impian Kami para pengerajin batik sejak lama. Batik Sidomulyo dikenal dengan desain batiknya yang khas, unik, autentik, dan kualitas yang bagus. Kami ikut berpartisipasi dalam workshop yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM provinsi Jawa Timur di Java Lotus hotel, workshop pendanaan ekspor UMKM”.<sup>62</sup>

<sup>60</sup> Kamiludin, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

<sup>61</sup> Diah Putri Aisyah, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

<sup>62</sup> Dwi, *Wawancara*, Jember, 28 Mei 2023

Kesimpulan dari wawancara di atas menyatakan Rumah Batik Sidomulyo ingin mewujudkan mimpinya dalam ekspansi internasional diharapkan memperluas jangkauan produk hingga ke pasar global dengan mempertahankan integritas budaya dan seni dalam setiap karya yang dihasilkan Rumah Batik Sidomulyo yang di bantu oleh pemerintah dan akademisi baik mahasiswa PPL maupun KKN dengan pendampingan baik dalam mengikuti workshop maupun kelanjutan program kerja yang telah berlangsung di Rumah Sidomulyo.

## **2. Kendala Yang Dihadapi Dalam Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* Pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo**

Untuk menerapkan strategi pengembangan usaha pada UMKM batik Desa Sidomulyo dengan metode *triple helix* tidaklah mudah pasti akan menghadapi beberapa kendala agar proses pengembangan usaha berjalan dengan lancar seperti yang di sampaikan Bapak Kamiludin selaku

Kepala Desa Sidomulyo dengan mengatakan bahwa:

“Dalam rangka melebarkan sayap ke kancah internasional Rumah Batik Sidomulyo ingin melakukan ekspor ke berbagai negara yang bertujuan memperkenalkan motif batik tradisional bersifat alam dan lingkungan sekitar. Rencana untuk melakukan ekspor Rumah Batik Sidomulyo memiliki kendala dari faktor pendanaan yang kurang memadai, bimbingan dari pihak terkait mengenai cara memperoleh dana dan strategi membangun usaha pada lini ekspor”.<sup>63</sup>

Pernyataan yang sama di sampaikan oleh Putri selaku Ketua

Rumah Batik Sidomulyo:

<sup>63</sup> Kamiludin, *Wawancara*, Jember, 29 Mei 2023



“Kendala lainnya yaitu persaingan pasar yang memproduksi produk sejenis dengan harga yang lebih murah, hal ini dapat merusak harga pasar. Kurangnya pengetahuan konsumen akan produk batik tulis asli dan cap bisa mengakibatkan penurunan penjualan pada batik Sidomulyo. Akan tetapi bisa dilihat bahwa batik yang dihasilkan oleh Rumah Batik ini memiliki kualitas lebih unggul dari segi pewarnaan dan motif yang khas yaitu biji kopi, bunga pinus, dan anggrek gunitir di setiap batiknya”.<sup>64</sup>

Diperkuat lagi oleh mahasiswa magang Rumah Batik Sidomulyo yaitu Risqi dengan mengatakan:

“Kendalanya berhubungan dengan komunikasi antara akademisi, pemerintah dan pelaku bisnis yang tidak berjalan secara terus-menerus sehingga program kerja yang sudah di terapkan kadang tidak berjalan dengan maksimal atau bahkan hanya berjalan di awal-awal saja selebihnya tidak begitu mereka terapkan karena kurangnya pendampingan baik dari pihak pemerintah atau akademisi yang memiliki program kerja. Komunikasi tidak berjalan dengan baik juga dikarenakan ada beberapa kesibukan dari dalam diri kami masing-masing yang menjadikan komunikasi belum maksimal sepenuhnya sehingga silaturahmi di antara pemerintah, pelaku bisnis, dan juga akademisi berjalan dengan baik”.<sup>65</sup>

Dari beberapa pernyataan di atas diketahui kendala yang dihadapi Rumah Batik Sidomulyo kendala:

- 1) Belum adanya pendanaan untuk rencana program ekspor batik Sidomulyo.
- 2) Komunikasi antara pemerintah, akademisi dan pelaku bisnis secara terus-menerus sehingga program yang diterapkan tidak berjalan lancar.
- 3) Persaingan pada produk sejenis dengan harga lebih murah sehingga merusak harga pasar dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang batik tulis dan batik cap sehingga mereka lebih memilih batik cap karena alasan harga yang lebih murah, tetapi jika masyarakat jeli

<sup>64</sup> Diyah Putri Aisyah, *Wawancara*, Jember, 29 Mei 2023

<sup>65</sup> Risqi, *Wawancara*, Jember, 29 Mei 2023



dengan batik tulis asli mereka akan mengetahui motif unik dan pewarnaan yang berkualitas bagus dibandingkan batik cap.

### **3. Solusi Dari Kendala Dalam Mengembangkan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* Pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo**

Dari kendala yang dihadapi untuk bisa mengembangkan usaha pada kerajinan batik Desa Sidomulyo mereka memiliki solusi untuk menghadapi segala kemungkinan yang bisa dijadikan peningkatan pendapatan dan perluasan pasar hasil produksi batik kain maupun olahan batik. Hal ini dikatakan oleh Bapak Kamiludin selaku Kepala Desa Sidomulyo, dengan mengatakan:

“Dengan kekurangan pendanaan tersebut pengerajin batik mengikuti workshop dengan tema pendanaan ekspor UMKM yang didampingi oleh mahasiswa KKN UNMUH Jember diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM provinsi Jawa Timur di Java Lotus Hotel Jember yang berbagi informasi tentang instrumen pendanaan, termasuk pinjaman ekspor, serta program dukungan pemerintah yang dapat membantu UMKM meraih pasar global pengerajin batik juga memperoleh wawasan tentang strategi ekspor, mengatasi kendala dan merencanakan langkah untuk mengaktifkan proses ekspor pada batik Sidomulyo. Workshop pendanaan ekspor UMKM ini diharapkan menjadi langkah awal memberikan manfaat jangka panjang bagi Rumah Batik Sidomulyo agar juga memiliki peranan yang lebih besar dalam ekonomi global. Solusi lain yang Kami tawarkan bagi para pelaku usaha kerajinan batik BUMDes untuk membina mereka selain itu, rumah batik yang kita jadikan mitra dalam program desa wisata. Jadi tidak hanya menjadi tempat industri, Rumah Batik juga dijadikan sebagai salah satu tempat destinasi wisata untuk belajar membatik bagi para pengunjung. Sehingga kemudian pendapatan rumah batik bukan hanya terpaku pada industri saja tapi mampu menghasilkan pendapatan melalui wisatawan atau pengunjung”.<sup>66</sup>

Risqi selaku Mahasiswa mangang Rumah Batik Sidomulyo memperkuat pernyataan tersebut dengan berkata:

<sup>66</sup> Kamiludin, *Wawancara*, Jember, 29 Mei 2023

“Dengan kendala kurangnya komunikasi dari ketiga aktor *triple helix* ini baik secara verbal maupun non verbal kami mencoba berkomunikasi via online. Mengingat kemajuan zaman kian pesat dimudahkan dengan perkembangan era digital, maka kami melakukan komunikasi melalui WA dan berbagai media lainnya. Komunikasi ini kami lakukan untuk melihat sejauh mana perkembangan industri kreatif pada kerajinan batik di Desa Sidomulyo. Untuk bertukar pendapat dan saling membantu jika terjadi kesulitan dalam melanjutkan program kerja yang sedang berlangsung. Terakhir sebagai ajang silaturahmi antara akademisi dan pemerintah atau akademisi dan pelaku bisnis begitupun sebaliknya sehingga terjalin hubungan atau komunikasi secara terus-menerus”.<sup>67</sup>

Dari beberapa pernyataan di atas diketahui solusi yang dilakukan Rumah Batik Sidomulyo, diantaranya:

- 1) Pendampingan mahasiswa KKN UNMUH Jember dan pemerintah desa dalam mengikuti workshop pendanaan ekspor UMKM yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM provinsi Jawa Timur di Java Lotus Hotel Jember berbagi tentang instrumen pendanaan, termasuk pinjaman ekspor yang mana dari workshop tersebut dihadiri oleh beberapa investor yang akan membantu di bagian pendanaan, serta program dukungan pemerintah yang dapat membantu UMKM meraih pasar global.
- 2) Melakukan komunikasi via online melalui WA dan media lainnya sehingga terjalin komunikasi antara akademi dan pelaku bisnis, akademisi dan pemerintah, serta sebaliknya secara terus-menerus.
- 3) Pemberdayaan masyarakat oleh pemerintah kepada pelaku bisnis melalui BUMDes dengan cara menjadikan Rumah Batik sebagai program desa wisata jadi masyarakat tidak hanya berpaku pada industri

<sup>67</sup> Risqi, *Wawancara*, Jember, 29 Mei 2023

kerajinan batik saja akan tetapi sebagai wisata batik yang dapat memberikan edukasi pembuatan batik serta memperkenalkan motif khas Desa Sidomulyo yang berbasis kearifan lokal.

### C. Pembahasan Temuan

#### 1. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal dengan Metode *Triple helix* pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo

Dari hasil wawancara dan pengamatan penelitian tentang strategi pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal dengan metode *triple helix* pada kerajinan batik bahwa Rumah Batik Sidomulyo telah menerapkan beberapa strategi agar Rumah Batik bisa berkembang dengan baik dan bisa dikenal baik di dalam negeri maupun luar negeri dengan berkolaborasi ketiga pihak *triple helix* yaitu pemerintah, pelaku bisnis, dan akademis berdasarkan strategi pengembangan usaha yaitu

##### a. Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk yang ditemukan dilapangan diketahui bahwa Rumah Batik Sidomulyo melakukan pengembangan produk pada pembuatan batik ecoprint yang merupakan teknik membatik dengan cara mengambil tenin atau zat pewarna pada daun, akar, dan batang tumbuhan yang bersifat ramah lingkungan. Keberadaan batik ecoprint di Desa Sidomulyo tidak lepas dari peran pemerintah menjadikan batik ecoprint produk unggulan desa dan dukungan lainnya datang dari menteri pariwisata dan ekonomi kreatif yang akan membantu mempromosikan batik ecoprint yang dianggap

memiliki nilai potensial untuk menjadi pusat batik ecoprint di Indonesia. Produk batik tidak hanya kain baik saja ada beberapa produk olahan batik diantaranya tas, sepatu, topi, aksesoris, hiasan rumah, baju batik, batik sarung, batik sewek dan lain-lain. Ide dan inovasi dari produk olahan batik Sidomulyo berasal dari masukan dan saran mahasiswa yang menjadi peserta KKN di Desa Sidomulyo. Selain itu, Rumah Batik Sidomulyo lebih memilih motif unik seperti biji kopi, bunga pinus, dan anggrek gunitir dengan konsep kearifan lokal daerah itu sendiri.

Dari teori strategi pengembangan usaha tentang strategi pengembangan produk dikolerasikan dengan temuan di lapangan dapat disesuaikan dengan teori Fred R. David strategi pengembangan produk ini mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk dan jasa saat ini dan yang akan datang serta produk baru<sup>68</sup>. Dengan adanya pengembangan produk berupa pembuatan batik ecoprint serta mengembangkan produk olahan berkat kerjasama dalam meuangkan ide dan kreativitas oleh pemerintah dan akademisi.

b. Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar, Rumah Batik Sidomulyo sudah melebarkan sayapnya hingga keluar negeri. Hal itu dikarenakan peran akademisi dan pemerintah dalam mempromosikan produk batik Sidomulyo dengan mengikuti setiap *event* di kota Jember maupun

---

<sup>68</sup> Dikdik dan Dewi, *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*, (Kuningan: Uniki Press, 2015), 208

diluar kota Jember serta peran media digital. Dengan upaya tersebut menggait minat desainer Giral Sugeng untuk membuat sebuah busana dari batik Sidomulyo motif anggrek gunitir yang nantinya akan di tampilkan pada pagelaran busana yang diselenggarakan di New York. Dari sini mulai berdatangan pembeli yang berasal dari luar negeri seperti Australia dan Turki.

Dari teori strategi pengembangan usaha tentang strategi pengembangan pasar dikolerasikan dengan temuan di lapangan dapat disesuaikan dengan teori Fred R. David bahwa strategi yang meliputi penjualan produk yang sudah ada di dalam perusahaan pada kelompok konsumen yang baru<sup>69</sup>. Dengan mengikuti *event-event* yang di bantu akademisi maupun pemerintah sehingga Rumah Batik Sidomulyo dapat menjual produk batik mereka ke luar negeri seperti New York, Australia dan Turki.

#### c. Strategi penetrasi

Strategi penetrasi, banyak dari konsumen yang melakukan pembelian berulang pada produk yang sudah ada di Rumah Batik Sidomulyo oleh kader posyandu, pihak bank (BRI, BNI, BI), sekolah, instansi pemerintah maupun swasta yang diperkenalkan melalui *event* yang diadakan dan dibantu oleh akademisi serta pemerintah. Selain itu, melakukan kerjasama dengan butik Riens Collaction yang memungkinkan mendapatkan konsumen baru.

---

<sup>69</sup> Dikdik dan Dewi, *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*, (Kuningan: Uniki Press, 2015), 209

Dari teori strategi pengembangan usaha tentang strategi penetrasi dikolerasikan dengan temuan di lapangan dapat disesuaikan dengan teori Fred R. David strategi yang berfokus pada produk yang sudah ada dalam perusahaan untuk menembus pasar yang lebih jauh dengan cara mendorong konsumen melakukan pembelian berulang<sup>70</sup>. Dengan pembelian berulang dari kader posyandu, mensuplay produk olahan ke butik Riens Collection, pihak bank (BRI, BNI, BI), sekolah, instansi pemerintah maupun swasta yang diperkenalkan melalui *event* yang diadakan dan dibantu akademisi maupun pemerintah.

d. Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi, Rumah Batik Sidomulyo ingin mewujudkan mimpinya dalam ekspansi internasional diharapkan memperluas jangkauan produk hingga ke pasar global dengan mempertahankan integritas budaya dan seni dalam setiap karya yang dihasilkan Rumah Batik Sidomulyo yang di bantu oleh pemerintah dan akademisi baik mahasiswa PPL maupun KKN dengan pendampingan baik dalam mengikuti workshop maupun kelanjutan program kerja yang telah berlangsung di Rumah Sidomulyo.

Dari teori strategi pengembangan usaha tentang strategi diversifikasi dikolerasikan dengan temuan di lapangan dapat disesuaikan dengan teori Fred R. David strategi bertujuan menjual

---

<sup>70</sup> Dikdik dan Dewi, *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*, (Kuningan: Uniki Press, 2015), 210

produk baru pada pasar yang baru juga<sup>71</sup>. Dengan memperluas jangkauan produk hingga ke pasar global melalui peran pemerintah dan akademisi seperti pendampingan baik dalam mengikuti workshop maupun kelanjutan program kerja yang telah berlangsung di Rumah Sidomulyo.

Adapun strategi pengembangan usaha yang digunakan oleh masing-masing aktor *triple helix* pada Rumah Batik Sidomulyo, antara lain:

- a. Adanya pelatihan dan pembinaan antara pemerintah dengan masyarakat dalam membentuk kelompok untuk belajar membatik yang digagas oleh Gerakan Pemuda Sidomulyo (GPS) bertujuan memberdayakan masyarakat dalam peningkatan ekonomi keluarga.
- b. Perkembangan produk pada batik ecoprint yang merupakan janji Bupati Jember sebelum resmi menjabat kemudian direalisasikan dengan menciptakan batik ecoprint dan mempromosikan dalam bentuk pakaian yang di pakai saat-saat menghadiri acara-acara penting. Akhirnya bisa menarik perhatian menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Bapak Sandiaga Uno dalam mempromosikan Jember sebagai pusat batik.
- c. Menjalni kerjasama dengan berbagai perguruan tinggi sejak tahun 2021 untuk membantu mengembangkan industri kreatif kerajinan batik Sidomulyo. Memberikan peluang bagi perguruan tinggi melalui program KKN, PPL, dan penelitian atau riset. Bertujuan untuk pengembangan industri kreatif kerajinan batik dengan membantu

---

<sup>71</sup> Dikdik dan Dewi, *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*, (Kuningan: Uniki Press, 2015), 211



menuangkan ide, inovasi dan masukan melalui produk olahan batik pada aksesoris seperti topi, tas, dan sandal serta membantu mempersiapkan setiap *event* yang di ikuti oleh pelaku bisnis UMKM batik Sidomulyo demi mengembangkan pasar dan target yang dituju.

- d. Peran dari aktor pelaku bisnis sendiri adalah mewadahi setiap ide dan inovasi dari pemerintah maupun akademisi agar Rumah Batik Sidomulyo bisa berkembang dan pendapatan masyarakat meningkat.
- e. Mengikuti berbagai *event* yang diadakan di Jember melalui hubungan pemerintah Desa Sidomulyo dengan beberapa tokoh penting seperti Bupati Jember, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Gubernur Jawa Timur dan tokoh penting yang lain. *Event* yang Rumah batik ikuti dari pagelaran JFC, Surabaya Expo, mengikuti peragaan busana di New York, mengikuti bazar dalam rangka ulang tahun BRI, BI, BNI.
- f. Membangun kualitas branding bersama mahasiswa KKN UNEJ melalui program pemberdayaan KKN BTV III UNEJ bertema Revitalisasi Brand pada Produk UMKM Rumah Batik.
- g. Pendampingan mengikuti workshop pendanaan ekspor UMKM oleh mahasiswa KKN UNMUH Jember.
- h. Promosi di YT tentang profil desa dan wisata edukasi batik Desa Sidomulyo oleh mahasiswa KKN Ilmu Komunikasi Universitas Surabaya.

Hasil pengamatan dari penelitian ini yang didapatkan tentang strategi pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal dengan metode *triple*



*helix* pada kerajinan Batik, UMKM Rumah Batik Sidomulyo sudah menerapkan strategi pengembangan usaha dengan baik. Rumah Batik memfokuskan pada produk yang sudah ada dan produk baru seperti aksesoris, baju, batik sewek, dan batik sarung serta mengembangkan pasar pada penjualan batik di kelompok konsumen baru dan mendorong konsumen melakukan pembelian berulang pada produk batik serta mengikuti banyak *event* atau bazar atau bekerja sama dalam pemasokan kain baik dan olahan batik. Penerapan metode *triple helix* sangat membantu strategi pengembangan industri kreatif pada kerajinan batik karena sangat menguntungkan bagi semua pihak baik pemerintah dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Sidomulyo. Pihak bisnis bisa memperoleh ide, inovasi, dan program yang dijalankan pemerintah dan akademisi yang dapat membantu peningkatan penjualan dan pendapatan. Kemudian akademisi memperoleh wadah untuk menuangkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan membantu menuangkan ide, kreatifitas, dan inovasi untuk bisa memajukan UMKM Rumah Batik Sidomulyo, sehingga dalam hal ini peran aktor *triple helix* memiliki hubungan simbiosis mutualisme yang saling berkaitan. Peneliti juga menemukan persamaan dengan penelitian Alfina Faradisa yang sama sama membahas tentang strategi pengembangan usaha industri kreatif pada kerajinan batik dengan tema kearifan lokal.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> Alfina Faradisa, “Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Kampung Batik Kemplong Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021).

## 2. Kendala Yang Dihadapi Dalam Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* Pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo

Dari wawancara dan pengamatan dilapangan tentang hambatan dalam pengembangan usaha Rumah Batik Sidomulyo mengalami beberapa hambatan:

- a. Belum adanya pendanaan untuk rencana program ekspor batik Sidomulyo.
- b. Kurangnya komunikasi antara pemerintah, akademisi dan pelaku bisnis secara terus-menerus sehingga program yang diterapkan tidak berjalan lancar.
- c. Persaingan pada produk sejenis dengan harga lebih murah sehingga merusak harga pasar dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang batik tulis dan batik cap sehingga mereka lebih memilih batik cap karena alasan harga yang lebih murah, tetapi jika masyarakat jeli dengan batik tulis asli mereka akan mengetahui motif unik dan pewarnaan yang berkualitas bagus dibandingkan batik cap.

Hasil pengamatan dan wawancara dilapangan tentang kendala yang dihadapi dalam strategi pengembangan industri kreatif dengan metode *triple helix* pada kerajinan batik, Rumah Batik Sidomulyo memiliki hambatan karena dalam bisnis tidak ada yang benar-benar berjalan dengan mulus. Kendala yang perlu diperhatikan adalah komunikasi yang kurang intensif antara pemerintah, pelaku bisnis, dan akademisi sehingga program

yang telah berjalan kurang maksimal bahkan hanya berjalan di awal program saja sehingga tidak ada pengawalan dan evaluasi berkelanjutan. Penelitian Mursyid Al Fadhil juga sama-sama membahas tentang kendala yang dihadapi dalam menggunakan metode *triple helix* dalam mengembangkan industri kreatif seperti penelitian yang dilakukan oleh peneliti.<sup>73</sup>

### 3. Solusi Dari Kendala Dalam Mengembangkan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* Pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo

Dalam mengatasi setiap hambatan yang dilakui pasti akan ada solusi dalam mengatasinya, diantaranya:

- a. Pendampingan pemerintah dan mahasiswa KKN UNMUH Jember dalam mengikuti workshop pendanaan ekspor UMKM diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM provinsi Jawa Timur di Java Lotus Hotel Jember berbagi tentang instrumen pendanaan, termasuk pinjaman ekspor, modal ventura, serta program dukungan pemerintah yang dapat membantu UMKM meraih pasar global.
- b. Melakukan komunikasi via online melalui WA dan media lainnya sehingga terjalin komunikasi antara akademi dan pelaku bisnis, akademisi dan pemerintah, serta sebaliknya secara terus-menerus.

<sup>73</sup> Mursyid Al Fadhil, "Analisis Konsep *Triple helix* Dalam Mendorong Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kelompok Masyarakat Pengrajin Tenun Sulam Tapis di Pekon Argopeni Kecamatan Sumber Rejo Kabupaten Tanggamus)", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).

- c. Pemberdayaan masyarakat melalui BUMDes dengan cara menjadikan Rumah Batik sebagai program desa wisata jadi masyarakat tidak hanya berpaku pada industri kerajinan batik saja akan tetapi sebagai wisata batik yang dapat memberikan edukasi pembuatan batik serta memperkenalkan motif khas Desa Sidomulyo yang berbasis kearifan lokal.

Hasil pengamatan dan wawancara di lapangan tentang solusi dalam strategi pengembangan industri kreatif dengan metode *triple helix* pada kerajinan batik solusi yang di bangun pada Rumah Batik Sidomulyo yaitu pendampingan pemerintah desa dan mahasiswa KKN UNMUH Jember dalam mengikuti workshop tetang pendanaan ekspor UMKM, membangun wisata edukasi batik yang bertujuan pendapatan ekonomi masyarakat di Sidomulyo bisa lebih meningkat karena tidak terfokus pada pembuatan kain baik atau batik olahan saja, mengikuti saran dari aktor *triple helix* akademisi untuk melihat target yang dituju jika akan memproduksi batik,

dan komunikasi ketiga aktor *triple helix* via online agar bisa mengevaluasi dan memberikan pengawasan terhadap perkembangan Rumah Batik Sidomulyo. Maka dapat diketahui metode *triple helix* dalam strategi pengembangan industri kreatif pada kerajinan batik sangat berkaitan antara satu dengan yang lainnya baik itu pemerintah, akademis, dan pelaku bisnis. Priscilia Amelia Wulandari sama-sama memiliki tujuan untuk menemukan solusi dari strategi pengembangan industri kreatif dengn menggunakan

metode *triple helix* sama dengan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitiannya.<sup>74</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>74</sup> Priscilla Amelia Wulandari, dkk, “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Pada Industri Sanitair Klasemen, Karangbesuki, Kota Malang”, *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* 1, no.3 (2021), 239-248.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

##### 1. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal dengan Metode *Triple helix* pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo

Penerapan strategi pengembangan usaha industri kreatif sudah diterapkan dengan baik yang berfokus pada produk yang sudah ada dan menambah produk baru seperti aksesoris, baju, batik sewek, batik sarung, dan batik ecoprint atas ide pemerintah dan mahasiswa dalam mengembangkan produk. Pengembangan pasar melalui penjualan dengan cara mendorong pembelian pada konsumen baru, selain keunggulan motifnya yaitu biji kopi, bunga pinus, akar piarah, dan anggrek gunitir bertema kearifan lokal daerah setempat hal ini tak luput dari kerja sama dari peran pemerintah dan pelaku bisnis dalam mengkolaborasikan inovasi dalam menciptakan motif batik yang bertema kearifan lokal. Sehingga peran aktor dari *triple helix* ini memiliki hubungan simbiosis mutualisme dan metode ini sangat cocok diterapkan pada Rumah Batik Sidomulyo.

##### 2. Kendala yang dihadapi dalam strategi pengembangan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo

Rumah Batik Sidomulyo memiliki hambatan karena dalam bisnis tidak ada yang benar-benar berjalan dengan mulus. Kendala yang dihadapi yaitu belum adanya pendampingan baik pemerintah maupun akademisi

dalam pendanaan untuk rencana program ekspor, Kurangnya koordinasi anatar sesama pelaku bisnis Rumah Batik Sidomulyo, dan komunikasi yang kurang intensif antara pemerintah, pelaku bisnis, dan akademisi sehingga program yang telah berjalan kurang maksimal bahkan hanya berjalan di awal program saja sehingga tidak ada pengawan dan evaluasi berkelanjutan.

### **3. Solusi Dari Kendala Dalam Mengembangkan Industri Kreatif Dengan Metode *Triple helix* Pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo**

Dengan pendampingan mengikuti worksop tetang pendanaan ekspor UMKM oleh pemerintah desa dan mahasiswa KKN UNMUH Jember, membangun wisata edukasi batik yang bertujuan pendapatan ekonomi masyarakat di Sidomulyo bisa lebih meningkat karena tidak terfokus pada pembuatan kain batik atau batik olahan saja, dan memanfaatkan perkembangan digital dengan melakukan komunikasi via online sampai terjalin hubungan yang terus-menerus. Maka dapat diketahui metode *triple helix* dalam strategi pengembangan industri kreatif pada kerajinan batik sangat berkaitan antara satu dengan yang lainnya baik itu pemerintah, akademis, dan pelaku bisnis.

#### **B. Saran**

1. Beradaptasi sesuai dengan kondisi zaman untuk tetap mempertahankan eksistensi dari Rumah Batik Sidomulyo.
2. Semakin dikenal Rumah Batik Sidomulyo produk kain baik maupun batik olahannya harus tetap menjaga kualitas produk batik agar selalu mendapat repon yang baik dari konsumen lama dan baru.

3. Dalam penelitian lanjutan sebaiknya mengambil subjek lebih banyak dengan mempertimbangkan program kerja yang sudah atau belum terlaksana di Rumah Batik Sidomulyo.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, Khoirunnisa Nur, dkk. “Konsep Model Bisnis Inkubasi Online Dengan Perspektif *Triple Helix*”. *Jurnal Teknik ITS* 9, no.1 (2020): 13-18.
- Aisyah, Diyah Putri. 2023. Wawancara. Jember.
- Al Fadhil, Mursyid. “Analisis Konsep *Triple Helix* Dalam Mendorong Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kelompok Masyarakat Pengrajin Tenun Sulam Tapis di Pekon Argopeni Kecamatan Sumber Rejo Kabupaten Tanggamus)”. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- Andi, Ferri, dan Hari. “Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)”, *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)* 2, no.1 (Maret, 2019): 25-36.
- Arroyhan Daulay, Zul Asfi “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode *Triple Helix* (Studi pada Umkm Kreatif di Kota Medan)”, *Jurnal Tansiq* 1, no.2 (Juli-Desember, 2018): 169-190.
- Artikel Tahapan dan Jenis Pengembangan Usaha, oleh R.M Wildan, 2023, <https://id.scribd.com/document/544567015/Tahapan-dan-Jenis-Pengembangan-Usaha>
- Asmiddin. “Model *Triple Helix* Dalam Meningkatkan Asli Daerah Kota Baubau”. *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 7, no. 3 (27 Agustus, 2021): 416-424.
- Basri, Anindita Imam. *Bahan Ajar Ekonomi Kreatif*. Yogyakarta, 2022.
- Chandra, Rinaldi Aria. “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Lebah Madu Kelulut Kelompok Usaha Pasir Puti di Desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas”. *Edunomics Journal* 3, no.2 (Juli, 2022): 101-112.
- Daniar Paramita, Ratna Wijayanti. *Manajemen Industri Kreatif*. Lumajang: Widya Gama Press, 2021.
- Dikdik dan Dewi. *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*. Kuningan: Uniki Press, 2015.
- Diunduh dari <http://www.google.com/amp/s/bekalislam.firanda.com/13306-tafsir-surat-al-anam-ayat-160.html/amp> , (11 Januari 2023).
- Doni Sandika. 2022. Wawancara. Jember.

Dwi, Rika, dan Alim. *Manajemen Strategi: Pengantar (Buku Bahan Ujian Komprehensif)*. Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida, 2020.

Dwi. 2023. Wawancara. Jember.

Faisol, Noga Riza. “Strategi Pemasaran Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Masa Pandemi Covid-19”. *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no.1 (September, 2022): 142-161.

Faradisa, Afina. “Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Kampung Batik Kemplong Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan)”. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021.

Firdausy, Carunia Mulya. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.

Hariani, Danarti. “Analisis Model *Triple Helix* Dalam Pengembangan Ekonomi (Studi Pada IKM Kerajinan Mojokerto)”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 6, no.1 (1 Januari, 2022): 2085-2089.

Hertati, Lesi, dkk. “Pelatihan *Triple Helix* Inovasi Batik Khas Banyuwasin Serta Peran Manajemen Strategi Dalam Mengelola Produk Lokal Masyarakat Desa Era Pandemi Covid-19”. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Sosial Ekonomi* 1, no.3 (Desember, 2021): 15-24.

Jefri, Ulfi dan Ibrohim. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Pulo Ampel Kabupaten Serang Banten.” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 7, no.1 (Juli, 2021): 86-99.

Kamiludin. 2023. Wawancara. Jember.

Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 5:2.

Kholis, Azizul, dkk. *Model Tiple Helix Dalam Kegiatan Coporate Social Responsibility*. Medan: Economic & Business Publishing, 2021

Martoyo, Anang, dkk. *Manajemen Bisnis*. Makassar: CV. Tohar Media, 2022.

Mukaffi, Zaim, Nanang, dan Syahirul. “ Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal (Studi Pada Sentra Industri Kerajinan Batik Banyuwangi)”. *Ejournal Kopertais*, (Oktober, 2014): 20-43.

Nasarudin dan Siti Ahyuni. “Strategi Pendampingan Industri Kreatif Menengah Kerajinan Baduy Berbasis *Local Wisdom*: Tinjauan Model *Triple Helix*”. *Journal Of Socio-Cultural Sustainability And Resilience* 1, no.1 (2023): 45-61.

Purwaningsih, Endah Supeni. "Penerapan Model *Triple Helix* dan Keunggulan Bersaing pada UKM Industri Kreatif di Kabupaten Sidoarjo." *Jurnal Ekonomi Sosial dan Budaya* 2, (2019): 1356-1366.

Risqi. 2023. Wawancara. Jember.

Riza Faisol, Noga. "Strategi Pemasaran Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Masa Pandemi Covid-19". *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no.1 (2022):142-161.

Setiawan, Sri Dewi, dkk. "Pendekatan *Triple Helix* Dalam Membentuk City Branding." *Jurnal ALTASIA* 2, no.2 (2020): 177-185

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Sulaiman, Ahmad dan Asmawi. "Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen dan Profitabilitas Pada Rich's Coffe". *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no.1 (2022): 19-29.

Sumbodo, Bernandus Tresno, dkk. "Pemberdayaan Masyarakat Model *Triple Helix*: Pengembangan Wisata Kampung Iklim di Desa Pandowoharjo Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no.2 (September, 2021): 143-157.

Tim Penyusun. *Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember, 2018.

Wulandari, Priscilla Amelia, dkk. "Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Pada Industri Sanitair Klasemen, Karang Besuki, Kota Malang." *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* 1, no.3 (2021): 239-248.

Yunaz Haswan, dkk. *Ekonomi Kreatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh Faisal Bahri

Nim : E20182235

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode Triple helix Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember”**. Benar-benar hasil karya tulis saya, kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan sumbernya. Apabila ada kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya akan jadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDIQ  
JEMBER

Jember, 13 November 2023

Saya yang menyatakan



Moh Faisal Bahri

NIM. E20182235

## MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode <i>Triple helix</i> Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategi pengembangan</li> <li>2. Industri kreatif</li> <li>3. Kearifan lokal</li> <li>4. <i>Triple helix</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tahapan pengembangan usaha</li> <li>2. Strategi pengembangan usaha</li> <li>Faktor yang mempengaruhi industri kreatif</li> <li>Tujuan kearifan lokal</li> <li>1. Tujuan <i>triple helix</i></li> <li>2. Aktor <i>Triple helix</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Strategi pengembangan produk</li> <li>b. Strategi Pengembangan pasar</li> <li>c. Strategi penertrasi</li> <li>d. Strategi diversifikasi</li> <li>Kreativitas, kemajuan teknologi dan media</li> <li>Melestarian kebudayaan atau simbol daerah melalui motif batik</li> <li>Pemerintah, Akdemisi, dan Bisnis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Data Primer                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pemerintah Desa Sidomulyo</li> <li>b. Pelaku Bisnis (Batik Sidomulyo)</li> <li>c. Akademisi</li> </ol> </li> <li>2. Data Sekunder                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Dokumentasi</li> <li>b. Kepustakaan</li> <li>c. Website</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif</li> <li>2. Metode Pengumpulan data:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Observasi</li> <li>b. Wawancara</li> <li>c. Dokumentasi</li> </ol> </li> <li>3. Jenis Penelitian: <i>Field Research</i></li> <li>4. Analisis Data: Kualitatif Deskriptif</li> <li>5. Keabsahan data: Triangulasi sumber</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana penerapan Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode <i>Triple helix</i> pada Kerajinan Batik Desa Sidomulyo?</li> <li>2. Apa kendala strategi pengembangan Industri Kreatif Dengan Metode <i>Triple helix</i> Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo?</li> <li>3. Apa solusi dalam mengembangkan Industri Kreatif Dengan Metode <i>Triple helix</i> Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo?</li> </ol>

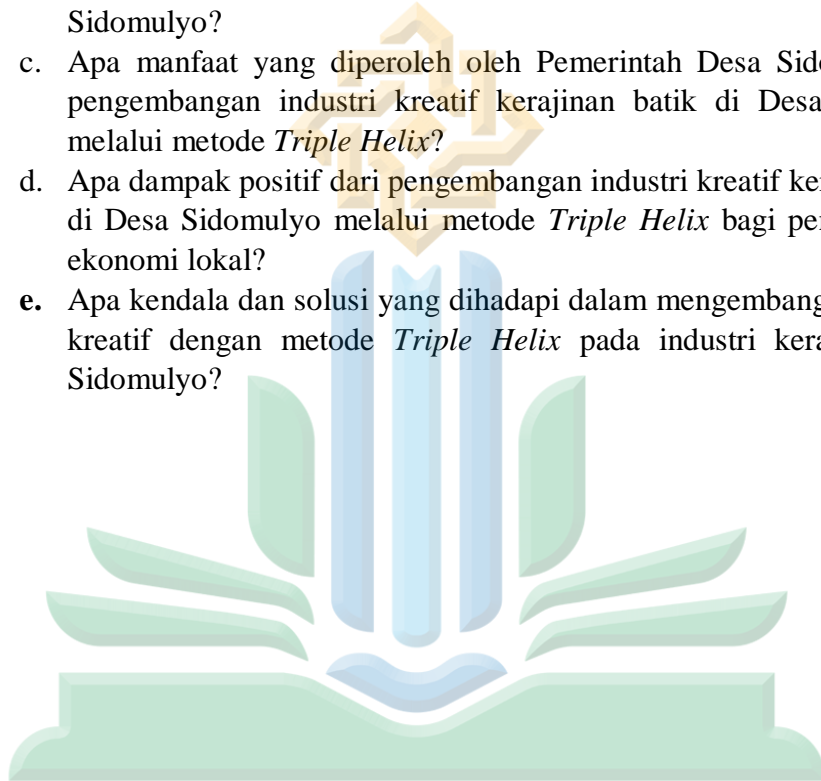
## Pedoman Wawancara

1. Akademisi
  - a. Seperti apa strategi yang dilakukan dalam mengembangkan industri kreatif pada kerajinan batik Sidomulyo?
  - b. Bagaimana bentuk sinergitas yang dilakukan antara akademisi, pemilik dan pemerintah dalam mengembangkan industri kreatif pada kerajinan batik Sidomulyo?
  - c. Apa manfaat yang dijalankannya metode *Triple Helix* dalam mengembangkan industri kreatif pada kerajinan batik Sidomulyo?
  - d. Apa dampak dari peran akademisi ini dalam *Triple Helix* untuk mengembangkan industri kreatif batik Sidomulyo?
  - e. Apa kendala dan solusi yang dihadapi dalam mengembangkan industri kreatif dengan metode *Triple Helix* pada industri kerajinan Batik Sidomulyo?
2. Bisnis
  - a. Bagaimana sejarah berdirinya UMKM Rumah Batik Desa Sidomulyo?
  - b. Apa Visi dan Misi UMKM Rumah Batik Desa Sidomulyo?
  - c. Sejak kapan Batik Desa Sidomulyo bekerja sama dengan pemerintah maupun akademisi dalam mengembangkan industri Batik Desa Sidomulyo?
  - d. Seberapa besar pengaruh dan dampak akibat kolaborasi *Triple Helix* ini terhadap industri batik sendiri? Contohnya?
  - e. Bagaimana strategi UMKM rumah batik Sidomulyo dalam mengembangkan industri kreatif kerajinan batik di Desa Sidomulyo melalui metode *Triple Helix*?
  - f. Apa peran UMKM Rumah Batik Sidomulyo dalam sinergitas dengan akademisi dan pemerintah Desa Sidomulyo dalam penerapan metode *Triple Helix* dalam pengembangan industri kreatif kerajinan batik di Desa Sidomulyo?
  - g. Bagaimana UMKM Rumah Batik Sidomulyo dapat mempertahankan kearifan lokal dalam produk batik yang dihasilkan?
  - h. Apa manfaat yang diperoleh oleh UMKM Rumah Batik Sidomulyo dari pengembangan industri kreatif kerajinan batik di Desa Sidomulyo melalui metode *Triple Helix*?
  - i. Apa kendala dan solusi yang dihadapi dalam mengembangkan industri kreatif dengan metode *Triple Helix* pada industri kerajinan Batik Sidomulyo?



3. Pemerintah

- a. Bagaimana strategi Pemerintah Desa Sidomulyo dalam mendorong pengembangan industri kreatif kerajinan batik di Desa Sidomulyo melalui metode *Triple Helix*?
- b. Bagaimana sinergitas antara Pemerintah Desa Sidomulyo, akademisi, dan UMKM Rumah Batik Sidomulyo dalam penerapan metode *Triple Helix* dalam pengembangan industri kreatif kerajinan batik di Desa Sidomulyo?
- c. Apa manfaat yang diperoleh oleh Pemerintah Desa Sidomulyo dari pengembangan industri kreatif kerajinan batik di Desa Sidomulyo melalui metode *Triple Helix*?
- d. Apa dampak positif dari pengembangan industri kreatif kerajinan batik di Desa Sidomulyo melalui metode *Triple Helix* bagi pengembangan ekonomi lokal?
- e. Apa kendala dan solusi yang dihadapi dalam mengembangkan industri kreatif dengan metode *Triple Helix* pada industri kerajinan Batik Sidomulyo?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136  
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id  
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1007/Un.22/7.a/PP.00.9/06/2023  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

05 Juni 2023

Kepada Yth.  
Kepala Rumah Batik Sidomulyo  
Jl. Gunung Ganding RT 02 RW 09 Dusun Krajan Sidomulyo  
Kecamatan Silo Kabupaten Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Moh Faisal Bahri  
NIM : E20182235  
Semester : X (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode *Tripel Helix* Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

an. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
Nurul Widyawati Islami Rahayu







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-32.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Moh Faisal Bahri  
NIM : E20182235  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode Triple Helix Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 14 November 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam













Syahri Mulyadi

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN**

**Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal dengan Metode *Triple Helix* Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember**

Lokasi: Rumah Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember

No	Tanggal	Uraian Penelitian	Paraf
1.	20 Maret 2023	Melakukan observasi lapangan di Rumah Batik Sidomulyo	
2.	20 Maret 2023	Mengajukan surat penelitian ke Rumah Batik Sidomulyo	
3.	27 Maret 2023	Peng-ACCAn surat izin penelitian oleh Rumah Batik Desa Sidomulyo	
4.	27 Mei 2023	Wawancara dengan Putri selaku ketua Rumah Batik Sidomulyo	
5.	27 Mei 2023	Wawancara dengan Bapak Kamiludin selaku kepala Desa Sidomulyo	
6.	27 Mei 2023	Wawancara dengan Mohammad Risqi Abidin selaku Akademisi atau mahasiswa magang di Rumah Batik Sidomulyo	
7.	27 Mei 2023	Wawancara dengan Dwi selaku pengurus Rumah Batik Desa Sidomulyo	
8.	28 Mei 2023	Melakukan wawancara dengan Kamiludin selaku Kepala Desa Sidomulyo	
9.	28 Mei 2023	Melakukan wawancara dengan Riski selaku pihak Akademisi	
10.	28 Mei 2023	Melakukan wawancara kembali dengan putri selaku ketua Rumah Batik Desa Sidomulyo	

Jember, 7 November 2023

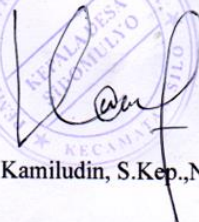
Mengetahui,

Ketua Rumah Batik Sidomulyo



Diyah Putri Aisyah

Kepala Desa Sidomulyo



Kamiludin, S.Kep.,Ners

## DOKUMENTASI



*Sumber:* wawancara dengan Kamiludin selaku pelanggan Kepala Desa Sidomulyo



*Sumber:* wawancara dengan Dwi dan Putri selaku pelanggan Pengurus Rumah Batik Sidomulyo





*Sumber:* wawancara dengan Riski selaku Akademi peserta PPL Rumah Batik  
Sidomulyo



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI AGHMAD SIDDIQ

Sumber: Dokumentasi Pembuatan Batik Ecoprint Rumah Batik Sidomulyo

J E M B E R



Sumber: Dokumentasi Pembuatan Batik Cetak Rumah Batik Sidomulyo



Sumber: Dokumentasi Pewarnaan Kain Batik Rumah Batik Sidomulyo





Sumber: Dokumentasi Hasil Kain Batik Rumah Batik Sidomulyo

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



### SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Moh Faisal Bahri

NIM : E20182235

Semester : XI

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 10 November 2023  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

  
Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-32.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Moh Faisal Bahri  
NIM : E20182235  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Dengan Metode Triple Helix Pada Industri Kerajinan Batik Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 14 November 2023

An. Dekan  
Kepala Bagian Akademik  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

## BIODATA PENULIS



### Data Pribadi

Nama : Moh Faisal Bahri  
NIM : E20182235  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 14 Juli 1999  
Alamat : Dusun Wedian, Desa Cangkring,  
Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember  
Agama : Islam  
No HP : 083873652191  
Alamat Email : [bahrifaisal447@gmail.com](mailto:bahrifaisal447@gmail.com)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

### Riwayat Pendidikan

TK Dharma Wanita : Tahun 2003-2005  
SDN Cangkring 02 : Tahun 2005-2011  
MTs Baitul Hikmah Tempurejo : Tahun 2011-2014  
MA Darul Ulum Pamekasan : Tahun 2014-2017  
UIN Khas Jember : Tahun 2018-2023

### Pengalaman Organisasi

- a. Pramuka MTs Baitul Hikmah
- b. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia
- c. Pengurus PMII Rayon Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- d. Pengurus PMII Komisariat UIN Khas Jember
- e. Pengurus Dewan Eksekutif Mahasiswa – Universitas (Dema U)