

**PENDEKATAN *TRIPLE HELIX*
DALAM MEWUJUDKAN WAKANDA
DITINJAU DARI NILAI-NILAI DASAR EKONOMI ISLAM**

Ilyas Adhi Purba

Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Kediri

ilyasadhi28@gmail.com

Masuk: Januari 2023

Penerimaan: Januari 2023

Publikasi: Januari 2023

ABSTRAK

Pengembangan ekonomi kreatif diperlukan peran dari semua pihak yang dapat terlibat didalamnya. Untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif dapat dilakukan dengan inovasi, atau memunculkan kreativitas baru agar dapat bersaing. Terlebih dengan perkembangan teknologi saat ini yang begitu pesat, maka sektor ekonomi kreatif harus dapat menyesuaikan diri. Oleh karenanya pendekatan *triple helix* sangat relevan untuk mengembangkan ekonomi kreatif berbasis knowledge atau pengetahuan. Dengan sinergi tiga aktor didalamnya untuk menciptakan perekonomian yang berkembang dengan baik. Tulisan ini ingin mewujudkan WAKANDA (Wirausahawan Kreatif dan Berdaya Saing) melalui pendekatan *triple helix* yang ditinjau dari nilai-nilai dasar ekonomi islam. Penelitian menggunakan metode kualitatif, dengan mendeskripsikan pemecahan dari permasalahan yang ada. Hasil karya tulis ini menunjukkan bahwa untuk pengembangan ekonomi kreatif dapat menggunakan pendekatan *triple helix* yang diimplementasikan pada kegiatan usaha UMKM. Selain itu melalui pendekatan *triple helix* dapat mewujudkan potensi wirausahawan yang kreatif dan berdaya saing serta tetap berpedoman pada nilai-nilai dasar ekonomi islam untuk implikasinya.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif; *Triple Helix*; Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam.

ABSTRACT

Creative economy development requires the role of all parties involved in it. To develop the creative economy sector can be done with innovation, or bring out new creativity in order to be competitive. Especially with today's rapid technological developments, the creative economy sector must be able to adapt. Therefore the triple helix approach is very relevant for developing a knowledge-based creative economy. With the synergy of the three actors in it to create a well-developed economy. This paper aims to realize WAKANDA (creative and competitive entrepreneur) through the triple helix approach in terms of the basic values of Islamic economics. Research uses qualitative methods, by describing solutions to existing problems. The results of this paper show that the development of the creative economy can use the triple helix approach which is implemented in MSME business activities. In addition, the triple helix approach can realize the potential of entrepreneurs who are creative and competitive and still guided by the basic values of Islamic economics for their implications.

Keywords: *Creative Economy; Triple Helix; Basic Values of Islamic Economics*

A. PENDAHULUAN

Etzkowitz dan Leydesdorff (1998, 2000) dan Leydesdorff dan Meyer (2006) menggagas model *Triple Helix* yang didasarkan pada asumsi bahwa industri, universitas, dan pemerintah semakin saling bergantung. Ini menyiratkan bahwa bidang kelembagaan yang berbeda ini harus dikaji dalam evolusi bersama. Kata Etzkowitz dan Leydesdorff (1998), *Triple Helix* tidak memiliki pesan deskriptif yang seragam, tetapi lebih merupakan program penelitian yang telah menghasilkan berbagai klaim deskriptif. Kunci pengembangan *Triple helix* adalah meningkatkan sirkulasi antara universitas, industri dan pemerintah sebagai agen pembangunan dan sebaliknya, tersumbatnya sirkulasi adalah indikasi kegagalan masyarakat, keterbelakangan, ide ide dan inovasi.

Teori *Triple Helix* yang dipopulerkan oleh Etzkowitz dan Leydersdorff (1995), adalah suatu pendekatan dalam menciptakan sinergi kerjasama dari tiga aktor yaitu akademik (A), bisnis (B), dan pemerintah (G) untuk membangun ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*). Dari sinergi yang terbangun diharapkan dapat muncul sirkulasi pengetahuan antar aktor yang terlibat untuk melahirkan berbagai inovasi pengetahuan yang memiliki potensi untuk dikapitalisasi atau ditransformasi menjadi produk maupun jasa yang memiliki nilai ekonomis. Hubungan yang erat saling menunjang dan bersimbiosis mutualism antara ketiganya dalam kaitannya dengan landasan dal pilar-pilar dalam pengembangan industri yang menjadikan industri tumbuh kokoh dan berkesinambungan.

Menurut Daulay dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pola interaksi antara ketiga aktor (pelaku bisnis, pemerintah dan akademisi) harus berkolaborasi secara simbiosis mutualisme dalam merancang dan mengembangkan ekonomi kreatif dengan strategi yang digunakan untuk mengembangkan ekonomi kreatif adalah strategi agresif atau strategi S-0 yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

Sedangkan dalam sebuah penelitian yang dilakukan Hariani, menyebutkan terdapat beberapa rekomendasi dan rangka pengembangan model *Triple Helix* dalam pengembangan ekonomi kreatif antara lain: Penguatan kelembagaan, melalui Kelompok Usaha Bersama, dalam rangka melakukan investasi pengembangan produk dan penetrasi pasar sekaligus memudahkan terbinanya akses terhadap sumber keuangan dan akses pasar, terciptanya dan terjalinnya komunikasi yang intensif antara pemerintah, perguruan tinggi dan pelaku industri kreatif, serta pembentukan forum komunitas yang melibatkan pemerintah, perguruan tinggi yang ada di wilayah Mojokerto dan tidak menutup kemungkinan perguruan tinggi di luar Mojokerto serta pelaku industri yang berfungsi sebagai forum komunikasi dan sebagai sarana pembinaan dan pelatihan.

Melalui model *Triple Helix* ini dapat meningkatkan potensi pengembangan industri ekonomi kreatif yang ada, termasuk sub sektor UMKM di Indonesia. Terlebih bila dilihat dari perkembangan UMKM dari tahun ke tahun yang menunjukkan perubahan yang signifikan. Berikut data perkembangan UMKM selama kurun waktu lima tahun terakhir.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia

Tahun	Jumlah UMKM
2018	64,2 Juta
2019	65,4 Juta
2020	65,1 Juta
2021	65,5 Juta
2022	66,2 Juta

Berdasarkan data diatas maka dapat diketahui bahwa persaingan antar pelaku ekonomi kreatif seperti UMKM ini akan sangat sengit. Masing-masing pelaku UMKM harus mempunyai inovasi dan gagasan baru untuk bersaing dengan sesama pelaku ekonomi kreatif. Persaingan yang sehat akan ditandai dengan berkembangnya kreativitas para pelaku UMKM yang berlomba-lomba menarik minat konsumen. Persaingan ke arah positif seperti perkembangan inovasi dan kreativitas memang seharusnya terjadi sebagai konsekuensi perkembangan era global.

Namun disisi lain, pelaku ekonomi kreatif yang tidak mampu mengembangkan usahanya akan berpotensi kalah saing dengan pelaku lain yang tengah mengembangkan terobosan baru dalam membangun usahanya. Jadi sangat penting untuk setiap pelaku ekonomi kreatif seperti UMKM tetap mengembangkan inovasi dan kreativitas untuk bersaing dalam bisnis global. Salah satu model pendekatan untuk pengembangan perekonomian adalah *triple helix*. Dengan sinergi ketiga aktor utama seperti akademisi, bisnis, dan pemerintah untuk mewujudkan perekonomian berbasis pengetahuan. Hal ini menjadi penting karena pelaku ekonomi produktif harus memiliki dasar pengetahuan yang memadai agar bisa mengembangkan kreativitas pada usahanya.

Persaingan pada industri UMKM juga terkait dengan pemanfaatan teknologi yang ada saat ini. Pemerintah telah mengupayakan program UMKM Go-Digital dalam mengusung pengembangan ekonomi kreatif yang lebih cepat. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, dari sekitar 65 juta lebih UMKM, baru 17,25 juta atau kurang lebih 26,5% UMKM yang terhubung ke dalam ekosistem digital. Angka ini tentu perlu ditingkatkan, seiring perkembangan akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring.

Pola konsumsi masyarakat di era modern saat ini juga sudah berubah, terlebih pada masa pandemi kemarin yang mengharuskan segala aktivitas masyarakat berbasis online. Berdasarkan data jumlah transaksi digital masyarakat Indonesia dalam kurun tiga tahun terakhir, terdapat peningkatan yang sangat signifikan.

Tabel 2. Perkembangan Jumlah Transaksi Digital
Masyarakat Indonesia

Tahun	Jumlah Transaksi
2019	145,17 Triliun
2020	204,91 Triliun
2021	300,23 Triliun
2022	305,44 Triliun

Melalui tabel di atas diketahui bahwa jumlah transaksi digital masyarakat Indonesia terus meningkat selama beberapa tahun terakhir. Sehingga hal ini

harusnya membuat industri ekonomi kreatif mampu memanfaatkan peluang pada jalur digital ini. Menurut Krisnawati dalam penelitiannya menyebutkan bahwa teknologi digital dapat memfasilitasi pengembangan bisnis UMKM di Indonesia. Dengan pemanfaatan teknologi digital yang optimal, UMKM dapat membangun bisnis dan meraih keuntungan yang besar dengan modal yang kecil. Teknologi digital juga dapat membantu UMKM melebarkan jangkauan bisnisnya, dari yang sebelumnya hanya sekitar lingkungan tempat UMKM tersebut berdiri menjadi lebih luas lagi.

Menurut Muzdalifa dalam penelitiannya menyebutkan bahwa hubungan teknologi saat ini berkaitan erat dengan keberadaan internet sebagai akses utama. Perlu kita ketahui bahwa adanya Fintech ini dapat menjadi salah satu bahan pendorong adanya suatu gerakan guna membantu meningkatkan keuangan pada UMKM khususnya yang ada di masyarakat menengah kebawah melalui lembaga keuangan syariah. Seperti yang kita ketahui fintech adalah istilah yang dapat digunakan untuk menyebut inovasi dalam bidang jasa keuangan.

Namun pemanfaatan teknologi digital ini juga dapat dipengaruhi oleh keadaan pribadi masyarakat dalam hal ini kecakapan teknologi digital. Status Literasi Digital Indonesia sepanjang 2022 mengalami kenaikan menjadi 3,54 dibandingkan dengan tahun 2021 yaitu 3,49. Skor tersebut menunjukkan bahwa Literasi Digital masyarakat Indonesia berada pada kategori “sedang”.

Melalui tingkat kecakapan digital masyarakat yang sedang saja, maka perlu ditingkatkan mengingat teknologi sudah berkembang cukup pesat. Sehingga melalui model Triple Helix sebagai sinergi tiga aktor utama diharapkan dapat mewujudkan kreativitas UMKM dan daya saing industri. Pemerintah sebagai pemangku kebijakan, akademisi sebagai aktor dalam meningkatkan literasi, dan Industri atau kalangan bisnis sebagai pendorong pelaku usaha kecil seperti UMKM. Sehingga peneliti tertarik dalam mengkaji pendekatan Triple Helix ini dalam mewujudkan wirausaha kreatif dan berdaya saing atau bisa disingkat WAKANDA. Namun praktik kegiatan ekonomi bagi seorang muslim tentu harus disesuaikan dengan nilai-nilai keislaman sebagai dasar praktiknya.

Nilai-nilai dasar ekonomi Islam adalah seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi

Islam. Nilai-nilai dasar ini baik nilai filosofis, instrumental maupun institusional. Setiap tindakan manusia tidak boleh lepas dari nilai, yang secara vertikal merefleksikan moralitas yang baik, dan secara horizontal memberi manfaat bagi manusia dan makhluk lainnya. Islam telah mengatur kegiatan ekonomi manusia harus sesuai pada jalur yang benar, sesuai dengan ayat berikut.

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا بِحَارَةً عَنْ تَرَاضٍ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ
بَيْنَكُمْ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا
بِكُمْ رَحِيمًا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta kamu di antara kamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri kamu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu"* (QS. An-Nisa: 29)

Beberapa nilai-nilai dasar ekonomi islam antara lain, yang pertama adalah nilai dasar kepemilikan. Konsep kepemilikan Islam adalah tidaklah termasuk dalam zatnya saja, tetapi kepada manfaatnya. Kepemilikan dalam manusia bersifat amanah dari Tuhan yang Maha Esa yang harus di hormati.

Kemudian yang kedua adalah nilai dasar keadilan. Tidak saja keadilan untuk orang lain tetapi juga untuk diri kita sendiri. Islam juga menuntut manusia untuk menegakkan keadilan dalam semua bidang kehidupan umat manusia termasuk dalam bidang ekonomi.

Lalu yang ketiga adalah nilai dasar keseimbangan. Keseimbangan merupakan nilai dasar yang mempengaruhi berbagai aspek tingkah laku ekonomi seorang Muslim. Keseimbangan adalah tidak berat sebelah, baik itu usaha-usaha kita sebagai individu yang terkait dengan keduniaan dan keakhiratan.

Yang keempat adalah nilai dasar kebebasan. Dalam Islam masalah kebebasan ekonomi adalah tiang pertama dalam dalam struktur pasar Islam. Kebebasan di dasarkan atas ajaran- ajaran fundamental Islam atau dengan kata lain nilai dasar kebebasan ini merupakan konsekuensi logis, dari ajaran tauhid.

Dan yang terakhir adalah nilai dasar kebersamaan. Dalam sistem ekonomi Islam adalah perinsip tauhid yang di bawa Islam yang mengajarkan tiada tuhan selain Allah. Dengan kata lain di dalam Islam tidak ada perbedaan sosial atas warna

kulit, dan keadaan fisik, mereka adalah sama semua milik Allah Swt. Jadi, arti demokrasi di dalam islam tidaklah hanya bernuansa insaninyah (kemanusiaan) tetapi juga bernuansa ilahiyyah (ketuhanan).

Berdasarkan lima nilai dasar ekonomi Islam di atas, peneliti ingin mengulas terkait model *Triple Helix* dalam mewujudkan wirausaha kreatif dan berdaya saing. Mengenai peran masing-masing aktor dalam industri UMKM di masa modern ini. Kemudian menganalisis lima nilai dasar ekonomi Islam dalam praktik untuk proyeksi pengembangan UMKM melalui sinergi tiga aktor dalam *Triple Helix*.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena metode ini relevan untuk mengetahui implikasi pendekatan *triple helix* dalam mewujudkan wirausahawan yang kreatif dan berdaya saing dalam pengembangan ekonomi kreatif. Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, menggambarkan sebuah keadaan sesuai dengan yang dikaji dalam permasalahan penelitian. Data yang digunakan dalam karya tulis ilmiah ini berupa data sekunder, sebagai pendukung untuk menjawab permasalahan yang ada. Data diperoleh dari berbagai sumber seperti website resmi lembaga seperti OJK, Kemenkop, kemudian data dari buku, dan jurnal yang ada. Dalam pengumpulan data pada karya tulis ilmiah ini digunakan metode studi literatur. Metode ini mengumpulkan berbagai macam literatur yang ada untuk menjawab permasalahan yang ada. Literatur yang dikumpulkan digunakan untuk mendukung permasalahan, baik sebagai landasan teori, sampai alat analisis deskriptif.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implikasi Pendekatan *Triple Helix* Pada Sektor UMKM

Pengembangan ekonomi kreatif seperti UMKM perlu dukungan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk apapun. Terkait pendekatan *triple helix* yang melibatkan tiga aktor utama, yaitu *academic* (A), *business* (B), dan *government* (G), maka implikasi yang dapat diterapkan sebagai berikut:

a. Akademisi

Pada kalangan akademisi mereka lah yang memiliki ilmu pengetahuan dan berpotensi untuk dapat memberikan sumbangsih gagasan terkait pengembangan ekonomi kreatif disekitar mereka. Para akademisi yang menekuni sebuah keilmuan dapat membantu sektor ekonomi kreatif yang relevan dengan bidang kajian keilmuan mereka. Dengan begitu diharapkan pelaku ekonomi kreatif seperti UMKM memiliki bekal pengetahuan atau *knowledge* untuk pengembangan usaha mereka.

Selain itu para aktor akademisi juga dapat membantu memberikan literasi digital bagi pelaku UMKM yang belum cakap teknologi. Namun hal ini khusus bagi pelaku UMKM yang memiliki kapasitas dalam mengakses internet, karena untuk pelaku usaha dalam kalangan lansia sudah tidak produktif dalam akses teknologi. Para akademisi ini juga berperan memberikan alternatif pengelolaan usaha sesuai bidang keilmuan masing-masing. Misalkan dari kalangan agribisnis, perikanan, dan lain sebagainya. Sesuai dengan definisi dari *triple helix* sendiri sebagai pengembangan ekonomi berbasis pengetahuan, maka aktor A atau akademisi menjadi aktor penting yang terjun langsung dalam membangun industri kreatif Indonesia.

b. Bisnis/Industri

Pada aktor ini maka perlunya kerjasama antar pebisnis terkait dalam mengembangkan usaha kreatif mereka. Dapat berupa dukungan kerjasama dalam pembuatan produk baru, permodalan, sampai pemasaran produk yang lebih besar. Terlebih untuk industri-indutri yang sudah besar dan berkembang, sangat diperlukan peranya dalam menggandeng industri ekonomi kreatif seperti UMKM kecil yang masih perlu dikembangkan.

Dapat dikatakan sektor pebisnis besar dapat mengangkat sektor usaha kecil melalui kerjasama produk, suplai produk, bantuan pengolahan produk, dan lain sebagainya. Aktor ini juga memiliki peran penting dalam mewujudkan pengembangan ekonomi kreatif Indonesia saat ini. Mengingat bahwa banyak sekali jenis usaha di Indonesia, dengan berbagai fungsi dan kegunaan masing-masing. Sehingga tidak menutup kemungkinan juga persaingan antar pebisnis terjadi.

c. Pemerintah

Sebagai pengawas dan pendukung utama pengembangan ekonomi kreatif dalam negeri agar berkembang dan maju. Memberikan kebijakan-kebijakan khusus untuk sektor ekonomi kreatif seperti UMKM agar dipermudah segala bentuk operasionalnya. Mengingat bahwa UMKM juga berperan penting secara makro untuk suatu negara. Selain itu pemberian insentif bantuan khusus pelaku UMKM dalam pengembangan usahanya dirasa sangat dibutuhkan ekonomi kreatif saat ini. Terlebih dimasa pandemi, dengan segala keterbatasan ruang maka perlu dukungan pemerintah agar usaha ekonomi kreatif tetap dapat berjalan dan mengembangkan usahanya.

Peran pemerintahan dengan kondisi yang serba canggih ini dengan memanfaatkan teknologi untuk memudahkan aktivitas masyarakat. Sebenarnya saat ini sudah banyak kebijakan pemerintah dalam mendukung sektor UMKM, seperti contohnya bantuan modal usaha. Pemerintahan dengan menggandeng lembaga keuangan telah berusaha memberikan akses keuangan bagi masyarakat yang membutuhkan, khususnya sektor produktif. Kemudian dalam hal era digital ini, pemerintah turut memfasilitasi adanya berbagai platform digital dalam kegiatan bisnis masyarakat. Bahkan melalui otoritas keuangan yang terkait telah mencipta legalitas bagi setiap platform yang dapat membantu kegiatan ekonomi masyarakat.

2. Mewujudkan Wirausahawan Kreatif dan Berdaya Saing Melalui Pendekatan *Triple Helix*

Pendekatan model *triple helix* ini memiliki fungsi utama dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis pengetahuan atau *knowledge*. Oleh karena itu didalamnya dibutuhkan peran utama dari aktor si A yaitu akademisi. Lalu untuk mewujudkan wirausahawan yang kreatif dan berdaya saing, maka pendekatan *triple helix* yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Para pelaku ekonomi kreatif atau wirausahawan harus mau belajar untuk mengembangkan usahanya, baik dari sosialisasi, media sosial, kursus pelatihan kerja ataupun UMKM, sampai belajar dari orang-orang disekitar mereka. Dengan hal tersebut dapat meningkatkan kreativitas mereka, karena mereka memiliki pengetahuan baru.

Kemudian ketika kreativitas telah ada, maka dapat dijadikan modal untuk dapat bersaing dengan usaha lain.

- b. Untuk sentra bisnis yang sudah berkembang ataupun industri besar harus mau memberikan kesempatan pelaku UMKM kecil untuk bekerjasama. Penting juga pelaku UMKM atau wirausahawan ini mengajukan kerjasama dengan pebisnis besar dalam pengembangan usahanya. Namun wirausahawan harus mempunyai komitmen untuk bekerjasama dengan sungguh-sungguh serta ikut memberikan ide-ide kreatif dalam kerjasama yang terjalin. Dengan hal tersebut dapat memacu wirausahawan untuk kreatif dan memiliki daya saing.
- c. Ketika telah diberikan kesempatan dalam hal kemudahan akses keuangan untuk pelaku UMKM atau bantuan untuk operasional usahanya, maka harus dapat memanfaatkan dengan baik untuk pengembangan usaha mereka. Dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam bentuk apapun harus dapat membuat kreativitas para wirausahawan ini muncul ide-ide baru untuk dapat bersaing dengan usaha lain.

3. Tinjauan Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam Mengenai Pendekatan *Triple Helix*

Pendekatan *triple helix* ini memberikan efek positif untuk mendorong pelaku ekonomi kreatif mengembangkan usahanya. Namun bagaimana bila ditinjau dari nilai-nilai dasar ekonomi islam terkait implementasi pendekatan *triple helix* dalam pengembangan UMKM. Berikut tinjauan berdasarkan lima nilai-nilai dasar ekonomi islam:

a. Nilai Kepemilikan

Dalam islam kepemilikan sumber daya tidak mutlak, melainkan untuk kemaslahatan umat bersama. Maka dengan pendekatan *triple helix*, adanya peran akademisi dalam memberikan pengetahuan dan ilmu baru bagi pelaku UMKM harus dapat ditularkan kepada semua pihak. Sehingga nantinya ilmu yang bermanfaat tersebut dapat dirasakan oleh semua orang. Seesuai dengan firman Allah SWT berikut ini.

فِي الْأَرْضِ السَّمَاوَاتِ وَمَا لِلَّهِ مَا فِي

Artinya: *"Kepunyaan Allah-lah segala apa yang ada di langit dan di bumi" (QS. Al-Baqarah: 284)*

b. Nilai Keadilan

Nilai dasar ini sangat berkaitan erat dengan regulator atau pemangku kebijakan negeri, yaitu pemerintah. Berbagai keputusan ataupun kebijakan terkait sektor ekonomi kreatif ini harus diperhatikan dengan adil, agar tidak ada sebagian pihak yang merasa dirugikan. Keadilan digunakan agar semua pelaku UMKM merasakan hal yang sama, dan sama-sama terbantu oleh kebijakan yang ada. Sesuai dengan firman Allah SWT berikut ini.

وَالْبَغْيُ يَعِظُكُمُ وَالْمُنْكَرُ عَنِ الْفَحْشَاءِ الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ وَابْتِغَاءِ ذِي بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ إِنَّ اللَّهَ
يَأْمُرُ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran" (QS. An-Nahl: 90)*

c. Nilai Keseimbangan

Keseimbangan yang dimaksud dalam islam adalah terkait kebutuhan dunia dan akhirat. Pengembangan ekonomi produktif oleh pebisnis atau industri yang besar tidak semata-mata untuk meraup untung. Perlu juga dipikirkan kembali, bahwa semua kegiatan muamalah yang dilakukan manusia ialah untuk beribadah. Ketika usaha sudah maju dan berkembang maka tidak boleh lupa untuk akhiratnya, misalnya menafkahkan pada orang yang membutuhkan, berzakat, infak, sedekah, dan lain-lain untuk amal jariyah di akhirat kelak. Sesuai dengan firman Allah SWT berikut ini.

حَسِيرٌ خَاسِئًا وَهُوَ إِلَيْكَ الْبَصَرُ كَرَّتَيْنِ يَنْقَلِبُ ثُمَّ ارْجِعِ الْبَصَرَ

Artinya: *"Kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, adakah kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang" (QS. Al-Mulk: 3).*

d. Nilai Kebebasan

Kebebasan yang diberikan tetap ada batasan dan sesuai koridor syariah. Pengembangan usaha dengan memanfaatkan kreativitas yang ada tetap harus memperhatikan syariat islam. Tidak boleh menyalah gunakan kebebasan untuk pengembangan usaha yang dapat merugikan orang lain. Memanfaatkan ilmu pengetahuan untuk hal-hal yang dilarang agama. Sesuai dengan firman Allah SWT berikut ini.

لَكَ بِالْعُرْوَةِ وَيُؤْمِنُ بِاللَّهِ فَقَدْ بِالطَّاعُوتِ الْعِيَّ فَمَنْ يَكْفُرْ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنْ لَا إِكْرَاهَ فِي
لَا لَهَا وَاللَّهُ سَيُفَعِّلُ الْوُفْقَى لَا أَنْفِصَامَ اسْتَمْسَ الدِّينِ

Artinya: "Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barang siapa ingkar kepada Tagut dan beriman kepada Allah, maka sungguh, dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui" (QS. Al-Baqarah: 256).

e. Nilai Kebersamaan

Dalam hal ini dapat dipahami baik pengetahuan yang kita tularkan, maupun kerjasama dengan usaha yang membutuhkan maka harus didasarkan pada prinsip kebersamaan. Sebagai seorang umat maka tolong menolong menjadi hal yang lumrah terjadi disetiap kegiatan muamalah manusia. Maka dengan prinsip kebersamaan akan mewujudkan persaingan usaha yang sehat, serta saling mendukung satu sama lain untuk pengembangan perekonomian mereka. Sesuai dengan firman Allah SWT berikut ini.

لَا يُفَاتِلُونَكُمْ إِلَّا فِي قُرَى مُحَصَّنَةٍ أَوْ مِنْ وَرَاءِ بَأْسِهِمْ بَيْنَهُمْ شَدِيدٌ جُدْرٍ تَحْسَبُهُمْ
جَمِيعًا قَوْمٌ لَا يَعْقِلُونَ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ شَتَّى جَمِيعًا وَقُلُوبُهُمْ

Artinya: "Mereka tidak akan memerangi kamu (secara) bersama-sama, kecuali di negeri-negeri yang berbenteng atau di balik tembok. Permusuhan antara sesama mereka sangat hebat. Kamu kira mereka itu bersatu padahal hati mereka terpecah belah. Yang demikian itu karena mereka orang-orang yang tidak mengerti" (QS. Al-Hasyr: 14)

D. KESIMPULAN

Implikasi pendekatan *triple helix* dapat dilakukan dengan kerjasama tiga aktor didalamnya, seperti akademisi, bisnis, dan pemerintah. Seorang akademisi yang memiliki pengetahuan dapat memberikan ilmunya pada pelaku ekonomi kreatif. Kemudian perlunya kerjasama dengan pebisnis atau industri besar untuk mengembangkan usaha. Dan peran pemerintah dalam memberikan kebijakan-kebijakan yang baik untuk pelaku ekonomi kreatif.

Dalam mewujudkan wirausahawan yang kreatif dan berdaya saing maka perlu pemanfaatan tiga aktor dari pendekatan *triple helix* yang ada. Misal dengan mencari pengetahuan tentang pengembangan produk, komitmen kerjasama dengan usaha lain untuk mengembangkan usaha, dan memanfaatkan kebijakan yang mempermudah atau membantu pelaku usaha dengan baik agar kreativitas tetap berjalan dan dapat bersaing.

Ditinjau dari nilai-nilai dasar ekonomi islam, maka nilai-nilai seperti nilai kepemilikan, nilai keadilan, nilai keseimbangan, nilai kebebasan, dan nilai kebersamaan harus dijadikan landasan dalam pengembangan model *triple helix* ini. Baik dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan untuk menggali kreativitas, kerjasama untuk pengembangan usaha, dan kebijakan yang diluncurkan untuk pelaku ekonomi kreatif.

REFERENSI

- Asyhari dan Wasitowati. (2015). Hubungan *Triple Helix*, Inovasi, Keunggulan, Bersaing, dan Kinerja. *Jurnal CBAM*, Vol. 2 No.1. <http://doi.org/10.32145/cbam.v11i2.2340>.
- Daulay, Z. A. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan). *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No.1. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/view/3990>.
- Hariani, D. (2022). Analisis Model Tripel Helix Dalam Pengembangan Ekonomi (Studi Pada IKM Kerajinan Perak Mojokerto). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, Vol. 6 No.1. <http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2759>.
- Heriyati, P., & . Kurniatun, T. C. (2018). *Analisa Triple Helix Pada Industri Fashion di Jakarta*. Jakarta: Qiara Media Partner.
- <https://www.jawapos.com>, diakses pada tanggal 20 Februari 2023 pukul 10.25 WIB
- <https://www.bi.go.id>, diakses pada tanggal 20 Februari 2023 pukul 10.10 WIB

- <https://kemenkopukm.go.id>, diakses pada tanggal 20 Februari 2023 pukul 10.10 WIB
- <https://data.tempo.co>, diakses pada tanggal 20 Februari 2023 pukul 10.20 WIB
- Jaelani, A. (2019). Triple Helix sebagai Model bagi Inovasi Pendidikan Tinggi: Analisis Logika Kelembagaan dalam Pengembangan Kewirausahaan dan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 11 No.1. <http://dx.doi.org/10.24235/amwal.v11i1.4980>.
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 6 No.1. <http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.175>.
- Mashur. *Filsafat Ekonomi Islam*. Klaten: Lakeisha. 2020
- Misno, A. (2020). *Falsafah Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Mujaddidi, S. *Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Pamekasan: Duta Media Publishing. 2020
- Muzdalifa, Irma, dkk. (2018). Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia (pendekatan keuangan syariah). *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 3 No.1. <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Sari, A. P. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.