

Dinamika Kolaborasi antara Pelaku UMKM Ekonomi Kreatif, Pemerintah, dan Komunitas di Kota Solo

¹Muhammad Adam Sudaryanto, ²Andi Sylvana

Program Studi Manajemen, Universitas Terbuka^{1,2}

muhammad.adam@ecampus.ut.ac.id

Abstract

The creative economy sector in Solo City has grown as a strategic engine for local economic development, driven by MSMEs engaged in cultural industries, culinary arts, fashion, and handicrafts. Despite this potential, MSMEs face persistent challenges, including limited capital, weak managerial capacity, and restricted market access. This study aims to analyze the dynamics of collaboration among creative economy MSME actors, the government, and local communities in strengthening the city's creative economy ecosystem. The analysis employs the Penta Helix framework, which highlights the interaction of five key elements: government, industry, academia, community, and media. A qualitative research approach was used, involving direct observations and in-depth interviews with key informants representing each element. The findings indicate that while collaborative practices have emerged, their effectiveness remains limited due to capacity gaps, weak coordination, and differing priorities among stakeholders. The collaboration nonetheless offers significant opportunities through stronger networking, creative innovation, and more adaptive policy support. These dynamics demonstrate that improving the quality of stakeholder interaction is essential to advancing a more inclusive and sustainable creative economy in Solo City.

Keywords: MSMEs, creative economy, collaboration, Penta Helix, Solo

Abstrak

Ekonomi kreatif di Kota Solo berkembang sebagai sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peran aktif UMKM berbasis budaya, kuliner, fesyen, dan kerajinan. Perkembangan ini menghadapi berbagai persoalan seperti keterbatasan modal, rendahnya kapasitas manajerial, serta akses pasar yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan menganalisis dinamika kolaborasi antara pelaku UMKM ekonomi kreatif, pemerintah, dan komunitas lokal sebagai upaya memperkuat ekosistem ekonomi kreatif daerah. Analisis didasarkan pada kerangka teori Penta Helix yang menekankan kolaborasi lima unsur utama: pemerintah, industri, akademisi, komunitas, dan media. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui observasi dan wawancara mendalam kepada informan kunci dari masing-masing unsur tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antarpemangku kepentingan telah berjalan, namun belum mencapai efektivitas yang ideal akibat ketimpangan kapasitas, koordinasi yang lemah, serta perbedaan orientasi program. Kolaborasi tetap membuka peluang besar melalui penguatan jejaring kerja, inovasi kreatif, dan dukungan kebijakan yang lebih responsif. Dinamika ini memperlihatkan bahwa peningkatan kualitas interaksi antaraktor menjadi syarat utama bagi pengembangan ekonomi kreatif Solo yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, ekonomi kreatif, kolaborasi, Penta Helix, Solo

Pendahuluan

Ekonomi kreatif berkembang menjadi salah satu sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di berbagai daerah Indonesia. Pemerintah nasional menempatkan sektor ini sebagai salah satu pilar pembangunan ekonomi berbasis inovasi dan kreativitas, sehingga banyak kota berlomba memperkuat ekosistem kreatifnya untuk meningkatkan daya saing regional. Kota Solo menjadi salah satu contoh kawasan yang memiliki modal sosial dan budaya yang kaya, sehingga potensi pengembangan ekonomi kreatifnya terus meningkat dalam satu dekade terakhir. Identitas budaya yang kuat, karakter masyarakat yang adaptif, dan tumbuhnya komunitas kreatif menjadikan Kota Solo sebagai ruang dinamis bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kerajinan, fesyen, kuliner, dan seni pertunjukan.

Fenomena pertumbuhan ini tidak selalu berjalan mulus karena UMKM ekonomi kreatif Solo menghadapi berbagai tantangan struktural. Kapasitas permodalan sering kali terbatas, akses terhadap pasar digital masih belum optimal, dan keterampilan manajerial belum merata di antara pelaku usaha. Penelitian Yuliani (2021) menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM kreatif di kota-kota Jawa menghadapi hambatan dalam adopsi teknologi karena keterbatasan sumber daya manusia. Studi Wicaksono dan Suryani (2022) menegaskan bahwa pelaku kreatif membutuhkan pendampingan strategis yang menghubungkan pemerintah, komunitas, dan pemangku kepentingan lain agar mampu meningkatkan produktivitasnya. Fakta empiris ini juga ditemukan di Solo, di mana pelaku UMKM sering merasa program pemerintah belum sepenuhnya menjawab kebutuhan riil mereka.

Kondisi lapangan memperlihatkan bahwa dinamika kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, komunitas, akademisi, dan media belum berjalan secara optimal. Program yang diinisiasi pemerintah sering tidak diimbangi dengan partisipasi aktif komunitas atau kepemimpinan kolaboratif dari pelaku UMKM. Kajian Suyanto dan Nurhayati (2020) menunjukkan bahwa kolaborasi lintas aktor di sektor ekonomi kreatif sering terhambat oleh perbedaan kepentingan, kurangnya koordinasi, serta tidak adanya mekanisme monitoring yang jelas. Penelitian internasional seperti oleh Kitchin (2020) juga menyoroti kelemahan kolaborasi kreatif di banyak kota Asia yang disebabkan oleh ketidakseimbangan peran di antara aktor-aktor utama. Situasi ini menunjukkan perlunya tata kelola kolaboratif yang lebih efektif di Solo.

Kerangka teori Penta Helix menjadi salah satu pendekatan yang banyak digunakan untuk memahami kolaborasi dalam ekosistem ekonomi kreatif. Teori ini menekankan pentingnya interaksi sinergis antara pemerintah, akademisi, bisnis atau UMKM, komunitas, dan media untuk menciptakan inovasi berkelanjutan (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Halibas et al., 2017). Kekuatan teori ini terletak pada kemampuannya menjelaskan struktur kolaboratif yang kompleks, sekaligus memberikan arah strategis bagi tata kelola pembangunan kreatif berbasis multi-aktor. Studi Farida (2021) misalnya menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi Penta Helix dalam penguatan UMKM

di Yogyakarta dipengaruhi oleh kualitas komunikasi antar aktor serta adanya kepemimpinan kolaboratif.

Kajian mengenai Penta Helix dalam pengembangan UMKM telah dilakukan di berbagai daerah, namun belum banyak penelitian yang secara khusus menelaah dinamika hubungan antar aktor dalam konteks Kota Solo. Penelitian sebelumnya sebagian besar berfokus pada aspek pemberdayaan UMKM, digitalisasi, dan inovasi produk, belum menggali secara mendalam bagaimana relasi antar aktor bekerja dalam praktik sehari-hari. Studi Sasmoko et al. (2020) menekankan bahwa implementasi Penta Helix sering berjalan tidak merata karena dominasi pemerintah dalam proses pengambilan keputusan. Temuan ini menunjukkan adanya celah akademik yang perlu diisi melalui penelitian yang lebih mendalam dan kontekstual, terutama di daerah yang memiliki karakter budaya kuat seperti Solo.

Penelitian ini berusaha mengisi celah tersebut dengan mengkaji dinamika kolaborasi antara pelaku UMKM ekonomi kreatif, pemerintah, dan komunitas di Solo. Fokus penelitian tidak hanya melihat pola hubungan antar aktor, tetapi juga mengidentifikasi peluang dan tantangan kolaborasi berdasarkan kerangka Penta Helix. Keunikan penelitian ini terletak pada penekanan terhadap relasi aktor berbasis budaya lokal Solo serta interaksi informal yang sering kali tidak tercatat dalam kebijakan formal. Analisis mendalam mengenai dinamika sosial dan komunikasi antar aktor juga diharapkan dapat memperkaya pemahaman akademik mengenai tata kelola kolaboratif di sektor kreatif.

Penelitian ini menjadi penting karena sektor ekonomi kreatif berpotensi memperkuat perekonomian lokal Solo melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan nilai tambah, dan pelestarian budaya. Optimalisasi kolaborasi berbasis Penta Helix dapat menjadi strategi utama untuk mengatasi hambatan UMKM sekaligus mendorong inovasi baru yang relevan menghadapi era digital. Penguatan tata kelola kolaboratif juga sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan yang menekankan inklusivitas dan pemberdayaan ekonomi lokal.

Penelitian ini dirancang dengan dua pertanyaan utama. Pertanyaan pertama yaitu bagaimana dinamika kolaborasi antara pelaku UMKM ekonomi kreatif, pemerintah, dan komunitas di Kota Solo. Pertanyaan kedua yaitu bagaimana peluang dan tantangan kolaborasi tersebut ketika dianalisis melalui perspektif teori Penta Helix. Dua pertanyaan ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai hubungan antar aktor, motivasi, hambatan, dan potensi sinergi yang dapat dikembangkan untuk memperkuat sektor ekonomi kreatif Solo.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dinamika kolaborasi antar aktor dan mengidentifikasi peluang serta tantangan kolaborasi dalam kerangka Penta Helix. Hasil penelitian diharapkan memperkaya literatur akademik mengenai tata kelola kolaboratif di sektor ekonomi kreatif sekaligus memberikan rekomendasi praktis untuk pemerintah Kota Solo dan komunitas UMKM.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam dinamika kolaborasi antara pelaku UMKM ekonomi kreatif, pemerintah, dan komunitas di Kota Solo, karena pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang utuh terhadap konteks sosial, interaksi antarpelaku, serta makna yang dibangun dalam praktik kolaboratif sehari-hari (Creswell, 2016). Proses penelitian dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas UMKM, implementasi program pemerintah, serta keterlibatan komunitas lokal dalam berbagai kegiatan pengembangan ekonomi kreatif, sehingga peneliti dapat menangkap pola hubungan, strategi komunikasi, dan dinamika kepemimpinan kolaboratif secara alamiah. Pengumpulan data juga dilengkapi dengan wawancara mendalam (in-depth interview) terhadap narasumber kunci yang mewakili lima elemen utama dalam kerangka Penta Helix pemerintah, akademisi, pelaku UMKM, komunitas, dan media untuk memperoleh perspektif yang komprehensif mengenai peluang, tantangan, dan praktik kolaborasi yang terjadi. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakter penelitian yang berfokus pada proses, interaksi, dan pengalaman aktor, serta sejalan dengan pandangan bahwa kolaborasi multi-aktor tidak dapat dipahami hanya melalui data kuantitatif, melainkan membutuhkan eksplorasi mendalam terhadap dinamika sosialnya (Denzin & Lincoln, 2018). Pendekatan kualitatif dengan strategi observasi dan wawancara mendalam diharapkan mampu menghasilkan deskripsi analitis yang kaya dan akurat untuk menggambarkan realitas kolaborasi dalam pengembangan ekonomi kreatif di Solo.

Hasil dan Diskusi

Dinamika UMKM di Solo

UMKM ekonomi kreatif di Kota Solo menampilkan dinamika yang kompleks karena beroperasi dalam ekosistem yang ditandai perubahan sosial, budaya, dan ekonomi yang cepat. Kota ini memiliki kekayaan tradisi yang seharusnya menjadi modal budaya, tetapi justru menghadirkan persoalan tersendiri ketika pelaku UMKM belum mampu mentransformasikannya menjadi nilai ekonomi yang berkelanjutan. Realitas tersebut muncul karena sebagian besar pelaku UMKM masih berada pada level usaha rumahan (home industry) dengan struktur produksi yang sederhana, sehingga adaptasi terhadap kebutuhan pasar modern berjalan lambat. Fenomena ini selaras dengan temuan Nugroho (2021) bahwa UMKM kreatif di Jawa Tengah masih belum sepenuhnya mampu menjembatani antara potensi lokal dan kebutuhan pasar global akibat keterbatasan kapabilitas inovasi.

Struktur permodalan menjadi dinamika paling mendasar yang memengaruhi keberlanjutan UMKM kreatif di Solo. Sebagian besar pelaku tidak memiliki akses terhadap sumber pendanaan formal karena keterbatasan aset, administrasi, dan literasi finansial. Kondisi ini menciptakan lingkaran ketergantungan pada modal mandiri atau pinjaman informal, yang seringkali tidak cukup untuk ekspansi usaha. Riset yang dilakukan Widayanti dkk. (2020) menunjukkan bahwa akses pembiayaan merupakan

hambatan utama bagi UMKM kreatif di Indonesia, terutama karena prosedur perbankan yang tidak adaptif terhadap karakter budaya bisnis lokal. Dinamika ini memperlihatkan adanya kesenjangan struktural antara institusi keuangan dan kebutuhan pelaku UMKM kreatif.

Akses pasar menjadi aspek lain yang memperumit dinamika UMKM kreatif di Solo. Banyak UMKM belum mampu membangun strategi pemasaran yang kuat, baik secara digital maupun konvensional. Meskipun Kota Solo dikenal sebagai destinasi wisata budaya, penetrasi UMKM kreatif ke pasar wisatawan seringkali tidak diimbangi kualitas branding dan packaging yang memadai. Studi Rahmadani (2022) menegaskan bahwa keterbatasan strategi digital marketing menjadi faktor signifikan yang menghambat UMKM kreatif memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas. Situasi ini menggarisbawahi perlunya dukungan kolaboratif dari pemerintah dan komunitas agar UMKM tidak tertinggal dalam arus digitalisasi ekonomi.

Keterampilan manajerial pelaku UMKM juga memperlihatkan dinamika yang problematis. Banyak pelaku kreatif berorientasi pada produksi, namun kurang memiliki kemampuan dalam perencanaan bisnis, pengelolaan aset, hingga pemetaan konsumen. Dinamika ini menunjukkan bahwa kreativitas tidak selalu sejalan dengan kapabilitas manajerial. Penelitian Lee & Trimi (2018) menjelaskan bahwa inovasi dalam UMKM kreatif memerlukan kemampuan mengintegrasikan kreativitas, pengetahuan manajerial, dan strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan lingkungan. Ketiadaan elemen integratif tersebut menyebabkan UMKM di Solo berjalan dalam ritme produksi tradisional tanpa arah yang jelas.

Pemerintah Kota Solo sebenarnya telah mengembangkan berbagai program pemberdayaan UMKM, tetapi implementasinya tidak selalu sesuai dengan kebutuhan lapangan. Beberapa kebijakan masih bersifat seragam (*one-size-fits-all*), sehingga tidak sensitif terhadap keragaman sektor kreatif seperti kerajinan, fesyen, atau seni pertunjukan. Penelitian Supriyanto (2020) menyoroti bahwa kebijakan UMKM sering gagal mencapai efektivitas karena kurangnya dialog antara pembuat kebijakan dan pelaku UMKM. Dinamika kebijakan semacam ini membuat UMKM kreatif tidak mendapatkan dukungan spesifik yang benar-benar mereka butuhkan untuk naik kelas.

Teori Penta Helix memperlihatkan bahwa dinamika UMKM kreatif di Solo muncul karena tidak optimalnya kolaborasi antareleman: pemerintah, akademisi, industri (UMKM), komunitas, dan media. Kolaborasi yang semestinya bersifat ko-kreasi sering kali terhambat oleh ruang komunikasi yang tidak terstruktur dan perbedaan tujuan antaraktor. Dalam kerangka teori ini, UMKM memerlukan dukungan ekologis yang memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan antara akademisi, fasilitasi regulasi oleh pemerintah, dan penguatan jejaring oleh komunitas. Ketika hubungan antaraktor tidak seimbang, UMKM menjadi rentan terhadap stagnasi inovasi, sebagaimana dijelaskan Etzkowitz & Ranga (2013) dalam konsep *helix innovation ecosystem*.

Komunitas kreatif di Solo yang seharusnya menjadi episentrum jaringan sosial bagi UMKM sering kali beroperasi dalam kelompok yang terfragmentasi. Fragmentasi ini membuat UMKM kehilangan peluang untuk membangun kolaborasi lintas sektor, padahal jejaring sosial merupakan sumber inovasi dan pemasaran yang signifikan. Studi Abdullah (2020) menegaskan bahwa komunitas kreatif di kota-kota budaya Indonesia cenderung bersifat eksklusif, sehingga UMKM baru menghadapi kesulitan dalam mengakses jaringan sumber daya dan pasar.

Media sebagai elemen keempat dalam Penta Helix pun belum memainkan perannya secara maksimal. Sektor media di tingkat lokal lebih fokus pada liputan event, bukan pembangunan narasi ekonomi kreatif yang dapat memperluas brand UMKM Solo. Akibatnya, potensi media sebagai alat promosi dan edukasi publik belum dimanfaatkan sepenuhnya. Penelitian Effendy & Prasetyo (2021) menyebutkan bahwa peran media dalam ekosistem ekonomi kreatif masih terhambat oleh kurangnya strategi komunikasi lintas aktor.

Akademisi, sebagai elemen helix yang bertugas menghasilkan pengetahuan, sering terlibat secara parsial dalam pengembangan UMKM Solo. Informasi dari penelitian universitas lokal sering tidak terdiseminasi dengan baik kepada UMKM maupun pemerintah. Dinamika ini menunjukkan adanya jurang pengetahuan (knowledge gap) yang menghambat proses inovasi. Kusuma (2022) menegaskan bahwa riset akademik mengenai UMKM kreatif tidak akan memiliki dampak kebijakan jika tidak diintegrasikan ke dalam struktur kolaborasi yang sistematis.

Keseluruhan dinamika ini menunjukkan bahwa UMKM ekonomi kreatif di Solo berada dalam persimpangan antara potensi budaya yang besar dan hambatan yang ada. Teori Penta Helix memberikan kerangka analitis yang memperlihatkan bahwa dinamika problematis ini tidak hanya disebabkan oleh kelemahan internal UMKM, tetapi juga oleh belum optimalnya kolaborasi lintas aktor. Pemahaman atas dinamika inilah yang akan menjadi landasan dalam mengidentifikasi peluang dan tantangan pada subbab berikutnya, sehingga arah kolaborasi yang lebih strategis dapat dirumuskan.

Peluang dan Tantangan Kolaborasi UMKM Kreatif di Solo Raya

Kolaborasi antar-aktor dalam ekosistem ekonomi kreatif di Solo menciptakan peluang besar bagi penguatan inovasi dan peningkatan daya saing UMKM. Kerangka penta helix menempatkan pemerintah, akademisi, industri, komunitas, dan media sebagai motor penggerak yang saling melengkapi dalam mendorong transformasi sektor kreatif (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000). Kota Solo memiliki modal sosial dan budaya yang kuat sehingga ruang kolaborasi dapat berkembang secara produktif di antara pelaku UMKM kreatif.

Pemerintah Kota Solo memberikan dukungan signifikan melalui kebijakan, penyediaan fasilitas, dan program pemberdayaan yang berorientasi pada peningkatan daya saing UMKM. Pemerintah menyelenggarakan berbagai kegiatan bazar dan promosi. Solo Raya Great Sale adalah sebuah program sinergi ekonomi regional yang

diselenggarakan di tujuh kota/kabupaten di Solo Raya (Surakarta, Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali, Klaten, Sragen, dan Wonogiri) untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui belanja, wisata, dan investasi. Pendekatan kluster industri sebagaimana dijelaskan Porter (1998) memperlihatkan bahwa dukungan pemerintah berperan strategis dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas sektor kreatif.

Kontribusi akademisi menghadirkan peluang besar dalam pengembangan kapasitas pelaku UMKM. Perguruan tinggi berperan sebagai pusat pengetahuan yang menyediakan riset, inovasi desain, dan pelatihan manajerial. Temuan penelitian Yuliana et al. (2022) memperlihatkan bahwa keterlibatan langsung akademisi meningkatkan kemampuan inovasi UMKM dan mempercepat proses adaptasi terhadap dinamika pasar digital. Peran akademik tersebut sesuai dengan fungsi knowledge providers dalam model penta helix.

Komunitas kreatif lokal menawarkan ruang interaksi yang memperkuat solidaritas, kreativitas, dan kolaborasi antar pelaku UMKM. Aktivitas komunitas seperti Solo Craft Community menjadi wadah berbagi ide, inspirasi, dan jejaring bisnis baru. Konsep creative milieu yang dikemukakan Florida (2002) menunjukkan bahwa lingkungan sosial yang inklusif mempercepat terbentuknya ekosistem inovatif yang melahirkan produk kreatif dengan nilai tambah tinggi.

Media menghadirkan peluang strategis untuk memperluas jangkauan produk UMKM ke pasar yang lebih luas. Publikasi media dan eksposur digital berimplikasi langsung pada peningkatan visibilitas UMKM. Riset Nugroho dan Putra (2021) menunjukkan bahwa intensitas pemberitaan media berkontribusi besar terhadap peningkatan permintaan produk kreatif lokal. Peran media sebagai elemen dalam penta helix menjadi penopang penting dalam pemasaran berbasis konten kreatif.

Kesenjangan kapasitas antar-aktor memunculkan tantangan dalam kolaborasi. Banyak UMKM belum memiliki literasi digital, kemampuan manajemen usaha, atau pemahaman terhadap prosedur administrasi berbasis teknologi. Penelitian Fitriani (2023) menunjukkan bahwa terbatasnya kapasitas tersebut membuat banyak UMKM tidak mampu mengakses program pemerintah, meskipun program tersebut tersedia dan terbuka. Tantangan ini menciptakan relasi kolaboratif yang tidak setara dalam praktiknya.

Persaingan pasar digital menciptakan tekanan tambahan bagi UMKM kreatif. Banyak pelaku belum mampu memanfaatkan platform digital secara efektif untuk pemasaran atau distribusi produk. Studi Susanti et al. (2022) menegaskan bahwa digitalisasi hanya dapat berhasil jika UMKM mendapatkan pendampingan yang sistematis, bukan pelatihan sporadis. Ketidaksiapan digital menjadi penghambat serius dalam kolaborasi berbasis teknologi.

Koordinasi antar aktor penta helix sering kali mengalami ketidaksinkronan karena masing-masing memiliki orientasi, ritme kerja, dan kepentingan berbeda. Pemerintah berorientasi regulatif, akademisi berorientasi ilmiah, komunitas berorientasi sosial, dan media berorientasi komersial. Penelitian Rahmawati (2020) menunjukkan

bahwa ketidakselarasan agenda tersebut menghambat terciptanya inovasi yang terintegrasi meskipun interaksi antarelemen telah berlangsung.

Integrasi peran antar-aktor menjadi syarat utama bagi keberhasilan kolaborasi UMKM kreatif di Solo. Pola kerja berbasis co-creation memperlihatkan potensi besar ketika setiap aktor menempatkan UMKM sebagai pusat inovasi. Konsep quintuple helix dari Carayannis dan Campbell (2012) menguatkan bahwa keberhasilan inovasi menuntut keterlibatan seluruh aktor dalam ekosistem sosial, budaya, dan pengetahuan secara seimbang. Kolaborasi yang sinergis akan meningkatkan efektivitas dukungan dan mendorong transformasi UMKM menuju struktur ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika UMKM ekonomi kreatif di Solo bergerak dalam lanskap yang kompleks, ditandai oleh kekuatan budaya lokal, kreativitas pelaku usaha, serta dukungan kelembagaan yang terus berkembang, namun dibayangi oleh persoalan klasik berupa keterbatasan modal, akses pasar, literasi digital, dan koordinasi antarpemangku kepentingan. Kolaborasi melalui kerangka Penta Helix membuka ruang bagi sinergi yang lebih strategis antara pemerintah, UMKM, komunitas, akademisi, dan media, tetapi praktik di lapangan menunjukkan bahwa potensi ini belum sepenuhnya dapat dimaksimalkan akibat ketimpangan kapasitas, komunikasi yang tidak merata, serta kepentingan yang belum sepenuhnya terintegrasi. Temuan ini menegaskan bahwa pembangunan ekonomi kreatif pada tingkat lokal bukan hanya persoalan kebijakan teknis, tetapi juga tentang kemampuan setiap aktor untuk membangun kepercayaan, menyelaraskan tujuan, dan berbagi peran secara setara. Refleksi dari penelitian ini mendorong pemahaman bahwa kolaborasi yang efektif memerlukan proses belajar sosial yang terus menerus, keterbukaan dalam inovasi, serta komitmen kolektif untuk menempatkan UMKM sebagai pusat ekosistem kreatif yang berkelanjutan. Dengan demikian, penguatan kolaborasi lintas aktor dalam kerangka Penta Helix menjadi jalan penting untuk memastikan bahwa sektor ekonomi kreatif di Solo tidak hanya tumbuh, tetapi juga bertransformasi secara inklusif.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih penulis ucapkan kepada LPPM Universitas Terbuka atas dukungan finansial yang diperlukan untuk penyelesaian penelitian ini dengan nomor surat NOMOR: B/407/UN31.LPPM/PT.01.03/2025.

Referensi

- Abdullah, M. (2020). Creative community networks and the development of local creative industries. *Journal of Creative Economy*, 7(2), 112–128.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2012). *Mode 3 knowledge production in quadruple helix innovation systems*. Springer.

- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research* (5th ed.). Sage.
- Effendy, F., & Prasetyo, D. (2021). Media engagement and creative economy development: A local perspective. *Indonesian Journal of Communication Studies*, 14(1), 44–59.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.
- Etzkowitz, H., & Ranga, M. (2013). Triple Helix systems: An analytical framework for innovation. *Industry and Higher Education*, 27(3), 204–217.
- Farida, N. (2021). Collaborative governance dalam pengembangan UMKM ekonomi kreatif berbasis Penta Helix. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(1), 45–59.
- Fitriani, R. (2023). Digital literacy barriers among Indonesian creative MSMEs: Implications for collaborative innovation. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 6(1), 45–59.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.
- Halibas, A. S., Sibayan, R. O., & Maata, R. L. (2017). The Penta Helix model of innovation in Oman: An HEI perspective. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 12, 159–174.
- Kitchin, R. (2020). Creativity, innovation, and smart urbanism in Asian cities. *Urban Studies*, 57(8), 1617–1634.
- Kusuma, D. (2022). Bridging academic research and SME development. *Journal of Local Development Studies*, 9(2), 133–148.
- Lee, S., & Trimi, S. (2018). Innovation for creating a smart future. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 1–8.
- Nugroho, A., & Putra, I. K. (2021). Media exposure and market expansion for creative micro-enterprises in Java. *Journal of Creative Industries Research*, 4(2), 88–102.
- Nugroho, R. (2021). Local creative industries and challenges in innovation. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 4(1), 20–33.
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition*. Harvard Business School Press.
- Rahmadani, W. (2022). Digital marketing adaptation among creative SMEs in Central Java. *International Journal of Small Business*, 10(2), 77–92.

- Rahmawati, D. (2020). Collaborative challenges in creative economy governance: A multi-actor analysis. *Journal of Public Administration Studies*, 7(3), 112–128.
- Sasmoko, S., Indria, H., & Wijaya, H. (2020). Innovation ecosystem and the role of government in creative industry development. *International Journal of Innovation Studies*, 4(3), 75–84.
- Suyanto, Y., & Nurhayati, T. (2020). Kolaborasi multi-aktor dalam pengembangan ekonomi kreatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 17(2), 112–126.
- Supriyanto, A. (2020). UMKM policy implementation in Indonesian local governance. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(3), 211–225.
- Susanti, S., Utami, R., & Mulyani, A. (2022). Digitalization readiness of MSMEs in Indonesia: Problems and opportunities. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 10(4), 56–70.
- Wicaksono, R., & Suryani, T. (2022). Capacity building for creative economy SMEs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 25(4), 1–12.
- Widayanti, R., et al. (2020). Financial access barriers for creative SMEs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Finance*, 8(1), 55–70.
- Yuliani, S. (2021). Digital transformation challenges among creative SMEs in Java. *Journal of Small Business Strategy*, 31(2), 89–104.
- Yuliana, N., Wijaya, H., & Prabowo, A. (2022). University involvement in creative MSME capacity building: Lessons from Central Java. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(1), 23–35.