

**“PERAIH *BEST PAPER* SNMB-3 2018”**

**MEMPERKOKOH DAYA SAING INDUSTRI KREATIF MELALUI  
*QUINTUPLE HELIX*, KREATIFITAS INDUSTRI DAN  
KAPABILITAS INDUSTRI**

Gendut Sukarno  
Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur  
sukarnogendut@yahoo.co.id

**Abstrak**

Daya saing sub sector industri kreatif fashion merupakan salah satu dari tiga besar industri kreatif yang pertumbuhannya cukup pesat. Peran *Quintuple Helix*, dan kreatifitas industry serta kapabilitas industry mempunyai andil yang besar dalam menompang perubahan daya saing sub sector industry kreatif fashion. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep *Quintuple Helix*, kreatifitas industry, dan kapabilitas industry dalam memperkuat daya saing industry kreatif fashion. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengelola/pemilik/ pimpinan industri kreatif fashion di Surabaya, dengan sampel sebanyak 48 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan hasil pengolahan data ditemukan bahwa 1) *Quintuple Helix* mampu memberikan kontribusi positif terhadap Kreativitas Industri, 2) *Quintuple Helix* mampu memberikan kontribusi positif terhadap Kapabilitas Industri, 3) Kreativitas Industri mampu memberikan kontribusi positif terhadap Daya Saing, 4) Kapabilitas Industri mampu memberikan kontribusi positif terhadap Daya Saing industry kreatif fashion di Surabaya.

**Kata kunci:** *Quintuple helix*, Kreatifitas Industri, Kapabilitas Industri, Daya Saing

**Abstract**

*Fashion creative industry sub-sector competitiveness is one of top three creative industries with quite rapid growth. Quintuple helix, and industry creativity as well as industry capability have huge role in supporting fashion creative industry sub-sector competitiveness change. This research aimed to review Quintuple Helix, industry creativity, and industry capability concepts in strengthening fashion creative industry competitiveness. Population in this research were entire fashion creative industry management/owner/leader in Surabaya, with 48 respondents in total as samples. Data analysis used in this research was Partial Least Square (PLS). Based on data processing results it could be discovered that 1) Quintuple Helix could provide positive contribution toward Industry Creativity, 2) Quintuple Helix could provide positive contribution toward Industry Capability, 3) Industry Capability could provide positive contribution toward Competitiveness, 4) Industry Capability could provide positive contribution toward fashion creative industry Competitiveness in Surabaya.*

**Keywords:** *Quintuple Helix, Industry Creativity, Industry Capability, Competitiveness*

**PENDAHULUAN**

Kehadiran ekonomi kreatif di Indonesia berpotensi dalam memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan memberikan dampak sosial yang positif. Pada dasarnya, bangsa Indonesia memiliki sumber daya yang kreatif. Bagi sebagian besar rakyat Indonesia, menghasilkan suatu karya kreatif seolah telah menjadi gaya hidup. Di tengah kelesuan ekonomi dunia, Indonesia harus melakukan terobosan

## *Sinergitas Quadruple Helix: e-Business dan Fintech sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal*

dengan mengembangkan industri kreatif. Industri kreatif ini mampu bertahan dari krisis karena bertumpu pada inovasi dan kreativitas.

Lingkup dari ekonomi kreatif meliputi enam belas subsektor yaitu arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion, aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa. Dari hasil listing Sensus Ekonomi 2016 (SE2016) memperlihatkan bahwa enam belas subsektor menyebar ke 34 provinsi termasuk di Provinsi Jawa Timur.

Menurut hasil kajian rencana strategis Badan Ekonomi Kreatif tahun 2015-2019 subsektor fashion ini harus menghadapi banyak tantangan. Fashion lokal masih menjadi anak tiri, pasar memprioritaskan ruangnya untuk produk-produk impor, sehingga fashion lokal kurang mendapatkan tempat. Lembaga Layanan Pemasaran Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (LLP-KUKM) Kementerian Koperasi dan UKM menilai bahwa saat ini masyarakat Indonesia belum menunjukkan dukungannya terhadap produk lokal, terutama UMKM. Dari data yang diperoleh subsektor fashion dalam beberapa tahun terakhir mengalami penurunan pertumbuhan kontribusi terhadap PDRB Ekonomi Kreatif, data mengenai pertumbuhan sub sektor ekonomi kreatif Provinsi Jawa Timur tahun 2011-2016, sebagaimana tabel 1 berikut.

Berdasarkan tabel 1 tersebut menunjukkan bahwa 3 proporsi terbesar berada pada sub sector Kuliner, sub sector Kriya, dan Sub sector Fashion. Namun demikian dalam kurun 5 (lima) tahun terakhir subsektor fashion memberikan kontribusi yang stagnan dan cenderung mengalami penurunan di beberapa tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa daya saing industri fashion di Jawa Timur termasuk di kota Surabaya belum menunjukkan adanya peningkatan. Produk fashion lokal kurang diminati oleh masyarakat sebagai konsumen maupun pebisnis (distributor/ reseller), dan lebih memilih produk luar. Kurangnya inovasi produk, produk luar negeri biasanya akan memberikan inovasi baru untuk menarik pelanggannya. Sedangkan bisnis lokal biasanya akan meniru inovasi dari produk luar, khususnya produk yang berhubungan dengan fashion. Hal ini yang membuat masyarakat lebih tertarik dan memilih produk luar negeri. Oleh sebab itu perlu ada upaya-upaya ataupun dorongan dalam meningkatkan kreativitas dan kapabilitas inovasi para pelaku usaha industri fashion sehingga dapat meningkatkan daya saing dibandingkan kompetitor.

**Tabel 1. Data presentase pertumbuhan Subsektor Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Timur Tahun 2011-2016**

Kategori	Uraian	Tahun						
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
01	Arsitektur	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13
02	Desain Interior	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
03	Desain Komunikasi Visual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
04	Desain Produk	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
05	Film, Animasi dan Video	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
06	Fotografi	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
07	Kriya	2,16	2,07	1,99	1,93	1,97	1,93	1,83
08	Kuliner	5,21	5,21	5,23	5,23	5,40	5,63	5,89
09	Musik	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
10	Fashion	0,73	0,71	0,70	0,73	0,74	0,72	0,69
11	Aplikasi dan Game Developer	0,16	0,15	0,14	0,13	0,12	0,12	0,11
12	Penerbitan	0,24	0,23	0,20	0,19	0,19	0,18	0,17
13	Periklanan	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05	0,05	0,05
14	Televisi dan Radio	0,31	0,29	0,28	0,27	0,26	0,25	0,25
15	Seni Pertunjukan	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
16	Seni Rupa	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
A	PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO EKRAF	9,08	8,92	8,80	8,73	8,94	9,09	9,21
B	PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO NON EKRAF	90,92	91,08	91,20	91,27	91,06	90,91	90,79
C	PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO PROVINSI JAWA TIMUR	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : [www.bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id)

Kemampuan untuk menumbuhkan kreativitas dan meningkatkan kemampuan inovasi pelaku industri kreatif sangat diperlukan agar mampu tumbuh dan bersaing. Pelaku usaha dibidang industri kreatif diharapkan mampu mengubah budaya hidup mereka yang berorientasi pada keuntungan semata menjadi berorientasi pelanggan agar terbentuk kerja sama yang menguntungkan dalam jangka panjang. Pelaku usaha industri kreatif yang baik adalah individu yang memiliki kemampuan mengambil tantangan, berkompetisi, menyusun strategi bisnis dan memiliki keinginan yang kuat dalam pencapaian tujuan bisnis (Halim, 2011). Salah satu startegi dalam meningkatkan kreatifitas dan kapabilitas inovasi pelaku usaha industri kreatif sektor fashion yaitu dengan menerapkan konsep *Quintuple (quadruple) helix* yang terdiri dari peran *academic, business, government dan civil society*.

*Quintuple Helix* merupakan pilar utama yang berperan mendorong tumbuhnya industri kreatif yang meliputi empat sektor yaitu : *government, business, academica dan civil society*. Perkembangan dalam kisi-kisi helix akan tumbuh dan menekankan pada fenomena perubahan lingkungan (social), baik yang terkait dengan lingkungan natural

(alam)/ social, akibat adanya perubahan. Hal tersebut tercover dalam konsep Quintuple Helix. Pada dasarnya konsep *Quintuple Helix* dan konsep *Quadruple Helix* relatif sama-sama mengakomodasi 4 helix, hanya mempunyai penekanan kearah *civil society* pada konsep *Quadruple Helix*, dan penekanan pada lingkungan alam dan tau *social* pada konsep *Quintuple Helix*.

Konsep *Quintuple* maupun *Quadruple Helix* merupakan pengembangan *Triple Helix* dengan mengintegrasikan *civil society* serta mengintegrasikan inovasi dan pengetahuan (Afonso,2012). *Quadruple Helix Innovation Theory* merupakan kolaborasi empat sektor yaitu : *Government, Business, Academica* dan *Civil society* yang berperan mendorong tumbuhnya inovasi. Kreativitas dan inovasi dalam organisasi memiliki hubungan tak terpisahkan yang akan mendukung inovasi organisasi (Mulyana dan Sutapa, 2015).

Riset tentang *quadruple helix* jumlahnya masih sangat terbatas dan lebih diarahkan pada ekonomi makro, sedangkan pada penelitian ini diaplikasikan pada usaha mikro kecil dan menengah (industri kreatif) sektor fashion, dengan harapan ada temuan baru sebagai sumbangan pengembangan ilmu pengetahuan. Keempat aktor dalam *quadruple helix* tersebut seharusnya bekerja secara terintegrasi, sehingga dapat memainkan peran masingmasing secara optimal untuk mendukung tumbuhnya kreativitas dan inovasi bagi pelaku industri kreatif pada sektor *fashion*. Hasil penelitian Mulyana dan Sutapa (2015) menyimpulkan bahwa *quadruple helix (intellectuals, government, business, civil socieity)* berpengaruh signifikan terhadap kreativitas. *Intellectuals* dan *business* berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi, tetapi *government* dan *sivil socieity* tidak berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Kreativitas dan kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja.

Kajian riset terkait dengan Pola Helix antara lain, Konsep pelaku inovasi (Park, 2013) yang semula berupa *Triple Helix*, kemudian ditambahkan dengan unsur *Civil Society* sehingga menjadi *Quadruple Helix*, yang kemudian dilengkapi dengan unsur Media, yang menjadi *Penta Helix*. Riset serupa oleh Han Woo Park (2013), *Innovation in Creative Industries: From the Quadruple Helix Model to Systems Theory*. Riset lain oleh Mulyana, Sutapa (2014), *Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion*. Riset senada oleh : Halibas, A. S., Sibayan, R. O., & Maata, R. L. R. (2017) *The Penta Helix Model of Innovation in Oman: An HEI Perspective*.

Keberhasilan daya saing industri kreatif sangat ditentukan oleh Kreatifitas industri maupun kapabilitas Industri itu sendiri. Daya saing dipasar global tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas, tetapi bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas dan imajinasi (Esti dan Suryani, 2008). Kreatifitas tergantung pada pengetahuan karyawan, keterampilan, dan pengalaman dalam penciptaan nilai (Wang, 2012), kreativitas individu belum cukup untuk menciptakan sukses inovasi (Gerald,2009), kreativitas dan inovasi berpengaruh pada kewirausahaan kecil (Hidayati, 2011). Kreativitas industri sebagai kemampuan industri kreatif dalam mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan

menghadapi peluang, termasuk dalam hal :Keorisinilan ide; Keunikan ide; Variasi ide; Keluasan ide. Disamping itu juga melalui kapabilitas industri akan menghasilkan daya saing industri kreatif yang kokoh. Kapabilitas industri sebagai kemampuan industri kreatif dalam menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan kinerja, melalui : inovasi teknologi; inovasi produk; inovasi pasar; inovasi pelayanan.

Dengan semakin kokohnya konsep *Quintuple Helix*, kreatifitas industri, kapabilitas industri, maka akan memicu semakin kuatnya daya saing industry kreatif tersebut. Daya saing merupakan konsep yang merujuk pada kemampuan suatu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya untuk menciptakan nilai. Tidak ada satu indikatorpun yang bisa digunakan untuk mengukur daya saing yang memang sangat sulit untuk diukur (Markovics, 2005). Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. UMKM yang berdaya saing tinggi dicirikan oleh: (1) kecenderungan yang meningkat dari laju pertumbuhan volume produksi, (2) pangsa pasar domestik dan atau pasar ekspor yang selalu meningkat, (3) untuk pasar domestik, tidak hanya melayani pasar lokal saja tetapi juga nasional, dan (4) untuk pasar ekspor, tidak hanya melayani di satu negara tetapi juga banyak negara (Tambunan, 2008a).

Berdasarkan uraian diatas menghasilkan suatu set perumusan masalah :

- Apakah *Quintuple Helix* mampu memberikan kontribusi terhadap kreatifitas industri kreatif fashion?
- Apakah kreatifitas industri mampu memberikan kontribusi terhadap daya saing industri kreatif fashion?
- Apakah *Quintuple Helix* mampu memberikan kontribusi terhadap kapabilitas industry fashion?
- Apakah kapabilitas industri mampu memberikan kontribusi terhadap daya saing industri kreatif fashion?

Adapun hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

- *Quintuple Helix* mampu memberikan kontribusi terhadap kreatifitas industri kreatif fashion.
- Kreatifitas industri mampu memberikan kontribusi terhadap daya saing industri kreatif fashion.
- *Quintuple Helix* mampu memberikan kontribusi terhadap kapabilitas industry fashion.
- Kapabilitas industri mampu memberikan kontribusi terhadap daya saing industri kreatif fashion.

## **METODOLOGI**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengelola/pemilik/ pimpinan industri kreatif fashion di Surabaya, dengan sampel sebanyak 48 responden.

### **Teknik Analisis**

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). PLS menurut Wold H (1982) merupakan metode analisis yang powerful oleh karena tidak didasarkan banyak asumsi. Metode PLS mempunyai keunggulan tersendiri diantaranya: data tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat digunakan pada model yang sama) dan ukuran sampel tidak harus besar.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Evaluasi Validitas**

Indikator Validitas diukur dari Nilai Factor Loading dari variable ke indikatornya lebih besar dari 0,5 dan atau nilai T-Statistic lebih besar dari 1,96 (nilai Z pada  $\alpha = 0,05$ ). Factor Loading merupakan korelasi antara indikator dengan variabel, jika lebih besar dari 0,5 maka korelasi disebut valid dan jika nilai T-Statistic lebih besar dari 1,96 maka memiliki korelasi yang signifikan.

Berdasarkan pada hasil olah data: outer penelitian, seluruh indikator reflektif pada masing-masing dimensi antara lain dimensi *Intellectual, Government, Bussiness, dan Civil Society* yang merupakan dimensi dari variable *Quintuple Helix (X)* dan variabel Kreativitas Industri (Y1), Kapabilitas Industri (Y2), serta Daya Saing (Z) menunjukkan nilai factor loading (original sample estimate) lebih besar dari 0,50 dan atau signifikan (Nilai T-Statistic lebih dari nilai Z  $\alpha = 0,05$  (5%) = 1,96 ), dengan demikian hasil estimasi seluruh indikator reflektif pada penelitian ini dikatakan memenuhi convergent validity atau validitas baik.

Model Pengukuran berikutnya adalah nilai *Avarage Variance Extracted (AVE)* , yaitu nilai menunjukkan besarnya varian indikator yang dikandung oleh variabel latennya. Konvergen Nilai AVE lebih besar 0,5 menunjukkan kecukupan validitas yang baik bagi variabel laten. Pada variabel indikator reflektif dapat dilihat dari nilai *Avarage variance extracted (AVE)* untuk setiap konstruk (variabel). Dipersyaratkan model yang baik apabila nilai AVE masing-masing konstruk lebih besar dari 0,5.

**Tabel 2. Average Variance Extract (AVE)**

	AVE
Kapabilitas Industri (Y2)	0,789484
Daya Saing (Z)	0,596852
Kreativitas Industri (Y1)	0,509988
<i>Quintuple Helix</i> (X)	0,534454

Sumber: Data Diolah

Hasil pengujian AVE untuk seluruh variabel pada penelitian ini yaitu variabel *Quintuple Helix* (X), Kreativitas Industri (Y1), Kapabilitas Industri (Y2), dan Daya Saing (Z) menunjukkan nilai AVE lebih dari 0,5 sehingga seluruh variabel tersebut dikatakan validitasnya baik atau telah memenuhi discriminant validity.

### Evaluasi Reliabilitas

*Composite reliability* adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya untuk diandalkan. Bila suatu alat dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan suatu konsistensi alat pengukur dalam gejala yang sama. Hasil selengkapannya dapat dilihat pada tabel berikut:

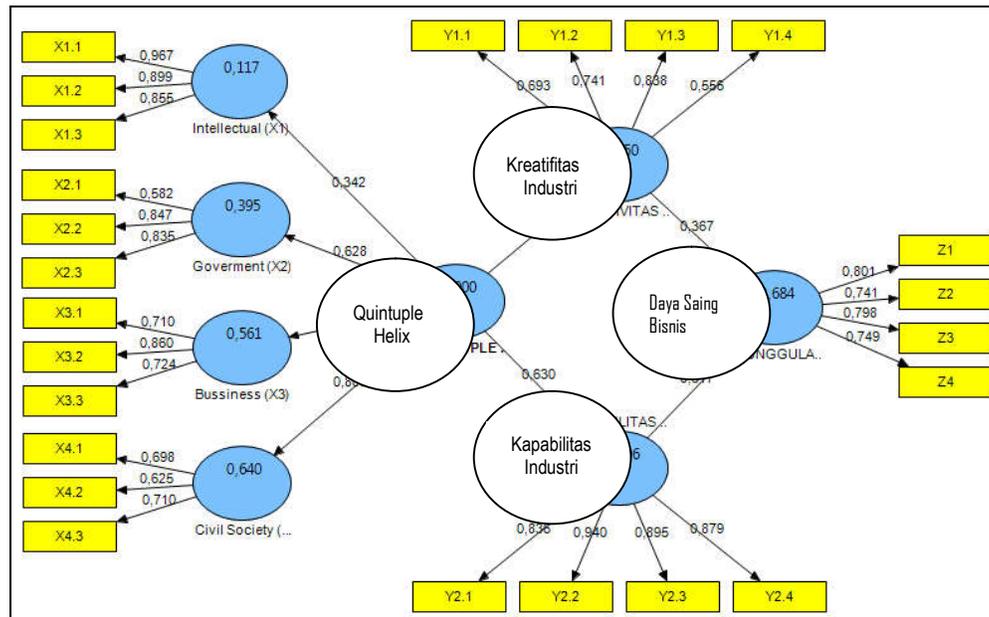
**Tabel 3. Reliabilitas Data**

	Composite Reliability
Kapabilitas Industri (Y2)	0,937400
Daya Saing (Z)	0,855377
Kreativitas Industri (Y1)	0,803117
<i>Quintuple Helix</i> (X)	0,771672

Sumber: data diolah

Reliabilitas konstruk yang diukur dengan nilai *composite reliability*, konstruk reliabel jika nilai *composite reliability* di atas 0,70 maka indikator disebut konsisten dalam mengukur variabel latennya. Hasil pengujian *composite reliability* untuk seluruh variabel pada penelitian ini yaitu variabel *Quintuple Helix* (X), Kreativitas Industri (Y1), Kapabilitas Industri (Y2), dan Daya Saing (Z) menunjukkan nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 sehingga seluruh variabel tersebut dikatakan reliabel.

**Analisis Model PLS**



Sumber: data diolah

**Inner Model (Pengujian Model Struktural)**

Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-Square yang merupakan uji *goodness-fit model*. Pengujian inner model dapat dilihat dari nilai R-square pada persamaan antar variabel latent. Nilai R<sup>2</sup> menjelaskan seberapa besar variabel eksogen (independen/bebas) pada model mampu menerangkan variabel endogen (dependen/terikat).

**Tabel 4. R-Square**

	R Square
Kapabilitas Industri (Y2)	0,396411
Daya Saing (Z)	0,684412
Kreativitas Industri (Y1)	0,350291
<i>Quintuple Helix</i> (X)	

Sumber: data diolah (Lampiran)

Dalam penelitian ini terdapat tiga nilai R Square, hal ini dikarenakan model penelitian terdapat variabel intervening yaitu variabel kreativitas dan kapabilitas industri, sehingga untuk mencari R square adalah sebagai berikut  $R^2 = 1 - ((1-0,396411)*(1-0,684412)*(1-0,350291)) = 0,87624$ . Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa model mampu menjelaskan fenomena Daya Saing yang dipengaruhi oleh variabel (*Quintuple Helix*, Kreativitas Industri dan Kapabilitas Industri) sebesar 87,62%. Sedangkan sisanya sebesar 12,38% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini, selain variabel *Quintuple Helix*, Kreativitas dan Kapabilitas Industri.

**Tabel 5. Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)**

	Path Coefficients (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )
Quintuple Helix (X) -> Kreativitas Industri (Y1)	0,591854	0,582019	0,110906	0,110906	5,336544
Quintuple Helix (X) -> Kapabilitas Industri (Y2)	0,629612	0,620627	0,129699	0,129699	4,854404
Kreativitas Industri(Y1) -> Daya Saing (Z)	0,367302	0,395812	0,092910	0,092910	3,953327
Kapabilitas Industri (Y2) -> Daya Saing (Z)	0,517066	0,497400	0,100230	0,100230	5,158795

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel di atas diperoleh:

- *Quintuple Helix (X)* mampu memberikan kontribusi positif terhadap Kreativitas Industri (Y1) dapat diterima, dengan koefisien path sebesar 0,591854, dan nilai T-Statistic sebesar 5,336544
- *Quintuple Helix (X)* mampu memberikan kontribusi positif terhadap Kapabilitas Industri (Y2) dapat diterima, dengan koefisien path sebesar 0,629612, dan nilai T-Statistic sebesar 4,854404
- Kreativitas Industri (Y1) mampu memberikan kontribusi positif terhadap Daya Saing (Z) dapat diterima, dengan koefisien path sebesar 0,367302, dan nilai T-Statistic sebesar 3,953327
- Kapabilitas Industri (Y2) mampu memberikan kontribusi positif terhadap Daya Saing (Z) dapat diterima, dengan koefisien path sebesar 0,517066, dan nilai T-Statistic sebesar 5,158795

### **Pengaruh *Quintuple Helix* Terhadap Kreativitas Industri**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *quintuple helix* mempunyai kontribusi positif terhadap kreatifitas industri kreatif sektor fashion Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kuatnya *quintuple helix* akan memberikan dampak linier meningkat terhadap kreatifitas industry, baik dalam cerminan meningkatnya keorisinilan ide : keunikan ide; variasi ide; maupun keluasan ide. Kondisi demikian memberikan cerminan bahwa fluktuasi kreatifitas industry sangat ditentukan kekokohan *Quintuple helix* yang terbangun dari 4 pilar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Oscar (2010), yang menyatakan bahwa *Quintuple Helix Innovation Theory* merupakan kolaborasi empat sektor yaitu :*goverment, business, academica* dan *civil society* yang berperan mendorong tumbuhnya kreatifitas dan inovasi. Pengembangan industri kreatif dibutuhkan dukungan kerja sama antara intelektual (*intellectuals*), bisnis (*business*) dan pemerintah (*government*), yang disebut sebagai sistem *Triple Helix*. Ketiga aktor tersebut merupakan penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi dari variabel *quintuple helix* yang terbesar ada pada *Civil society* sebesar 0,800, disusul oleh *Business, Governmet*, dan *Intellectual* (0,749; 0,628; 0,342). Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa perkembangan industry kreatif fashion lebih banyak membutuhkan peran *Civil society*, sebagai masyarakat madani yang merupakan suatu masyarakat yang beradab dalam membangun, menjalani, dan memaknai kehidupannya. Kehidupan social masyarakat Indonesia sebagian besar banyak terpengaruh pada keberadaban budaya barat, demikian juga perkembangan industry fashion sangat terpengaruh dinamika budaya barat yang masuk ke Indonesia.

### **Pengaruh *Quintuple Helix* Terhadap Kapabilitas Industri**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *quintuple helix* mempunyai kontribusi positif terhadap kapabilitas industri pelaku usaha industri kreatif sektor fashion di Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kuatnya *quintuple helix* akan memberikan dampak linier meningkat terhadap kapabilitas industry, baik dalam cerminan meningkatnya Inovasi teknologi : Inovasi produk; Inovasi pasar; dan Inovasi pelayanan.

Konsep *Quintuple Helix* merupakan pengembangan *Triple Helix* dengan mengintegrasikan *civil society*. Hubungan yang erat, saling menunjang dan simbiosismutualisme antara keempat aktor tersebut diharapkan menjadi penggerak tumbuhnya industri kreatif yang berkesinambungan. Inovasi dalam model *Quintuple Helix* berbasis media dan budaya serta yang masyarakat sipil.

Hasil analisis menunjukkan bahwa berdasarkan Nilai korelasi tertinggi diantara variabel *quintuple helix* dengan kreativitas dan *quintuple helix* dengan kapabilitas industri ternyata korelasi antara *quintuple helix* dengan kapabilitas industri memiliki nilai korelasi terbesar. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa peran dari *quintuple helix* lebih penting kontribusinya dalam meningkatkan kapabilitas industri para pelaku usaha industri kreatif sektor fashion di Surabaya.

### **Pengaruh Kreativitas Industri Terhadap Daya Saing**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa kreativitas mempunyai kontribusi positif terhadap daya saing industri kreatif sektor fashion di Surabaya. Hal tersebut menunjukkan adanya kontribusi yang kuat antara kreatiivitas industry dengan daya saing industri kreatif sektor fashion di Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Kuncoro (2006) yang menyatakan bahwa daya saing hanya akan diperoleh lewat salah satu dari dua sumber yaitu melalui keunggulan menciptakan biaya rendah (*cost leadership*), atau kemampuan organisasi untuk menjadi berbeda (*differentiation*) melalui kreatifitas industri dibanding pesaingnya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa indicator dari variabel kreativitas yang merupakan indikator paling kuat dalam membentuk variabel kreativitas berdasarkan hasil

pengolahan data dengan melihat nilai faktor *loading* masing-masing indikator adalah indikator *variasi ide*. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kreativitas pelaku usaha industri kreatif sektor fashion lebih kuat dicerminkan oleh adanya *variasi ide* dari produk yang dihasilkan. Dengan adanya kreativitas yang tinggi melalui variasi-variasi ide maka dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha industri kreatif sektor fashion di Surabaya.

### **Pengaruh Kapabilitas Industri Terhadap Daya Saing**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa kapabilitas industri mempunyai kontribusi positif terhadap daya saing industri kreatif sektor fashion di Surabaya. Kontribusi ini menunjukkan adanya linieritas positif perubahan kapabilitas industri dengan saing industri kreatif sektor fashion di Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Larsen (2007) ,kemampuan inovasi dapat meningkatkan keunggulan bersaing (Parkman, 2012). Selaras juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyana dan Sutapa (2014) yang menyimpulkan bahwa faktor kapabilitas industri berpengaruh positif terhadap daya saing industri kreatif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator dari variabel kapabilitas industri yang merupakan indikator paling kuat dalam membentuk variabel kapabilitas industri berdasarkan hasil pengolahan data dengan melihat nilai faktor *loading* masing-masing indikator adalah *indikator inovasi produk*. Hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas industri yang tinggi ditunjukkan oleh adanya inovasi produk yang baik, agar mampu meningkatkan daya saing industri kreatif sektor fashion di Surabaya.

## **KESIMPULAN**

Pertumbuhan industry kreatif sub sector fashion memang sangat memerlukan keterlibatan synergitas pola Helix dari berbagai pihak. Hal tersebut sebagaimana temuan dalam penelitian ini bahwa: *Quintuple Helix* mampu memberikan kontribusi sangat berarti terhadap Kreativitas Industri. Demikian juga *Quintuple Helix* mampu memberikan kontribusi sangat berarti terhadap Kapabilitas Industri, hal yang sama Kreativitas Industri mampu memberikan kontribusi sangat berarti terhadap Daya Saing. Selaras hal di atas, Kapabilitas Industri mampu memberikan kontribusi sangat berarti terhadap Daya Saing industry kreatif fashion di Surabaya.

## **KETERBATASAN**

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang perlu mendapat perhatian, diantaranya bahwa : belum memasukkan unsur helix dari media, dimana dalam era melinium ini helix media sangat menentukan perkembangan fashion. Untuk itu direkomendasikan kepada peneliti selanjutnya untk menambahkan unsur Helix Media dalam kajian *Penta Helix (Academic, Business, Government, Civic Society, dan Media)*. Demikian juga agar mendapat pertimbangan peneliti berikutnya untuk mengkaji sub sector industry kreatif yang paling rendah proporsinya yaitu sub-sektor seni pertunjukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afonso, O., S. Monteiro., M. Thomson, 2012, A Growth Model for the Quadruple Helix Innovation Theory, *Journal of Business Economics and Management*, Vol. 13, Issue 4, page 1-31
- Anonim, 2016. Analisis Sensus Ekonomi 2016 Hasil Listing Potensi Ekonomi Provinsi Jawa Timur, Nomor Katalog : 9102059, Nomor Publikasi : 35000.1701, ISSN / ISBN : 978-602-6756-48-0, Tanggal Rilis : 2017-01-02
- Esti, R.dan Suryani, D, 2008, Potret Industri Kreatif Indonesia, *Economic Review*, Nomor 212, Jakarta
- Halim. A, 2011, The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry, *Intemational Journal of Business and Management*, Vol. 6, p. 183-188.
- Hidayati, E., 2011, Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Pada Kewirausahaan Kecil, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.13, No.1, pp. 8-16
- Hills,Gerald, 2008, Marketing and Entrepreneurship, *Research Ideals and Opportunities*, *Journal of Small and Medium Entrepreneurship*, page ; 27- 39
- Larsen, P. & A. Lewis, 2007, Haw Award Winning SMEs The Barriers to Innovation, *Journal Creativity and Innovation Management*, page 141- 151.
- Mulyana dan Sutapa, 2015, Peran Quadruple Helix dalam Meningkatkan Kreativitas dan Kapabilitas Inovasi (Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion), 2nd Conference In Business, Accounting and Management, ISSN 2302-9791, Vol. 2 No. 1 May 2015.
- Markovics, K. (2005). Competitiveness of Domestic Small and Medium Enterprises in the European Union. *European Integration Studies*, Miskolc, 4(1), 13-24. Markovics, K. (2005). Competitiveness of Domestic Small and Medium Enterprises in the European Union. *European Integration Studies*, Miskolc, 4(1), 13-24.
- Park, H.W. (2013).Transition from the Triple Helix to N-Tuple Helices? An Interview with Elias G. Carayannis and David F.J. Campbell. Budapest, Hungary: Akadémiai Kiadó
- Parkman, I. D., Samuel S. H., and Helder . S., 2012, Creative industries: Aligning Entrepreneurial Orientation and Innovation Capacity, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 14, No. 1, p. 95-114
- Tambunan, T.T.H., (2008a). "Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMKM", Background Study, RPJM Nasional Tahun 2010-2014 Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UKM Bappenas. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 8 September 2010
- Woo Park H. (2014), Transition from the Triple Helix to N-Tuple Helices? An interview with Elias G. Carayannis and David F. J. Campbell, *Scientometrics* (2014) 99:203–207, DOI 10.1007/s11192-013-1124-3