

PERAN *QUADRUPLE HELIX* UNTUK MENINGKATKAN KREATIFITAS DAN KINERJA INOVASI INDUSTRI KREATIF INDONESIA

Sri Wahyu Lelly Hana Setyanti
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember
lelyhana.feb@unej.ac.id

Abstrak

Perkembangan industri kreatif dalam perekonomian Indonesia telah memberikan pengaruh signifikan bagi pertumbuhan perekonomian. Industri kreatif berkembang melalui kreativitas dan kinerja inovasi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Proses kreatif dan inovatif dalam pengelolaan bisnis harus dipahami oleh pelaku bisnis dalam industri kreatif sehingga diperlukan pendekatan yang menggabungkan sinergitas antara akademisi, pengusaha, pemerintah dan masyarakat dalam model *Quadruple Helix*. Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan model kreativitas melalui *Quadruple Helix* dalam peningkatan kinerja inovasi pada industri kreatif.

Kata kunci : *Quadruple Helix*, kreativitas, kinerja inovasi, industri kreatif

Abstract

The development of creative industries in the Indonesian economy has had a significant influence on economic growth. The creative industry develops through the creative behavior of creativity and the performance of innovation owned by business people. Creative and innovative processes in business management must be understood by business people in the creative industry so that an approach that combines synergy between academics, entrepreneurs, government and society is needed in the Quadruple Helix model. The purpose of this study is to develop a model of creativity through Quadruple Helix in improving innovation performance in the creative industry.

Keywords : *Quadruple Helix*, creativity, innovation performance, creative industry

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif dalam perekonomian Indonesia telah memberikan pengaruh signifikan bagi pertumbuhan perekonomian. Data BPS pada survei khusus ekonomi kreatif (2016) menunjukkan bahwa kontribusi PDB ekonomi kreatif terdapat pada sub sektor kuliner (41,69%), Fesyen (18,15%) dan kerajinan (15,70%). Kontribusi PDB ekonomi kreatif dengan tingkat pertumbuhan yang pesat menurut sub sektor adalah sub sektor desain komunikasi visual (10,28%), musik (7,26%), animasi video (6,68%) dan arsitektur (6,62%). Nilai ekspor industri kreatif mencapai 81,4 triliun rupiah dan berkontribusi sebesar 9,13 persen terhadap total nilai ekspor nasional dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 5,4 juta pekerja. Data dari Badan Ekonomi Kreatif (2016) menunjukkan, saat ini PDB UKM kreatif menduduki peringkat ke 7 dari 10 lapangan usaha utama yang ada. Berdasarkan data kontribusi industri kreatif pada PDB (Product Domestic Bruto) rata-rata tumbuh sebesar 4,38% pada Tahun 2016 dengan nilai sebesar 852 triliun rupiah. Industri kreatif berdasarkan data Tahun 2016 mampu memberikan kontribusi sebesar 7,38% terhadap total perekonomian nasional Indonesia (Bekraf, 2016). Sejak kurun waktu Tahun 2014-2015 nilai ekspor industri kreatif juga mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar

12% dengan nilai ekspor 194 triliun rupiah. Diharapkan pada Tahun 2025 industri kreatif dapat memberikan kontribusi sebesar 11% pada *Product Domestic Bruto*.

Konsep *triple helix* pertama kali dikembangkan oleh Etzkowit & Leydesdorff (1995) dan telah dikenal luas dalam meningkatkan inovasi pada industri kecil. Perkembangan saat ini menunjukkan bahwa konsep *triple helix* yang merupakan kolaborasi antara pemerintah, pengusaha dan akademisi telah terbukti dapat meningkatkan inovasi pada industri kreatif. Masing-masing peran dan kolaborasi antara pemerintah dan pengusaha ini diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dan inovasi. Peran penting inovasi dan kreatifitas ini merupakan modal dasar bagi industri kreatif untuk dapat lebih berkembang. Konsep *triple helix* juga sudah banyak di adopsi di beberapa negara untuk meningkatkan inovasi pada industri kecil. Dinyatakan oleh Müller *et al.* (2009) industri kreatif adalah industri yang bergerak di bidang produk dan jasa yang mampu memberikan nilai tambah bagi kreativitas dan pengetahuan. Tidak seperti industri konvensional, yang bergantung pada modal, bahan baku dan lokasi, industri kreatif fokus pada kreativitas dan pengetahuan. Untuk itu dengan menambahkan peran masyarakat pada kolaborasi *triple helix* akan semakin memberikan dukungan dan pengaruh yang positif bagi tumbuh dan berkembangnya inovasi dan kreatifitas pada industri kreatif.

Konsep *Quadruple Helix* merupakan pengembangan konsep triple helix dengan mengintegrasikan peran akademisi, pengusaha, pemerintah dan masyarakat ke dalam aktivitas kreatifitas dan pengetahuan. Mulyana (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa konsep *Quadruple Helix* sebagai solusi pengembangan kreativitas, inovasi dan teknologi bagi industri kreatif. Pembahasan mengenai kreativitas dan kinerja inovasi dalam industri kreatif dengan dukungan *Quadruple Helix* masih belum jelas dan masih sangat terbatas. Saat ini pemerintah Indonesia selalu berupaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam industri kreatif agar lebih inovatif, kreatif dan proaktif agar bisa bergerak dalam ekonomi yang berbasis inovasi sehingga diperlukan dukungan semua pihak yaitu pemerintah bersama dengan akademisi, pengusaha dan dukungan masyarakat yang tergabung dalam *Quadruple Helix* untuk meningkatkan pertumbuhan industri kreatif Indonesia.

Sinergitas antar sektor yang ada dalam konsep *Quadruple Helix* dalam penelitian Porlezza & Colapinto (2012) menunjukkan penekanan hasil pada terjadinya proses inovasi dari sudut pandang penerapan model *Quadruple Helix*. Penelitian Aziz *et al.* (2017) juga menjelaskan keterkaitan antar sektor dalam model *Quadruple Helix* pada usaha kecil dan menengah pada industri kreatif dalam pengelolaan inovasinya dengan mengidentifikasi kunci sukses yang dimilikinya. Dinyatakan dalam penelitian tersebut bahwa aspek penting dalam memenangkan persaingan alam industri kreatif adalah kreatifitas sehingga kinerja inovasi dapat etrsu ditingkatkan. Hudani & Dhewanto (2015) menjelaskan model *Quadruple Helix* merupakan sebuah konsep kolaborasi antara perguruan tinggi, industri, pemerintah dan masyarakat dimana masing-masing peran helix sama pentingnya untuk mendorong inovasi dan kreatifitas.

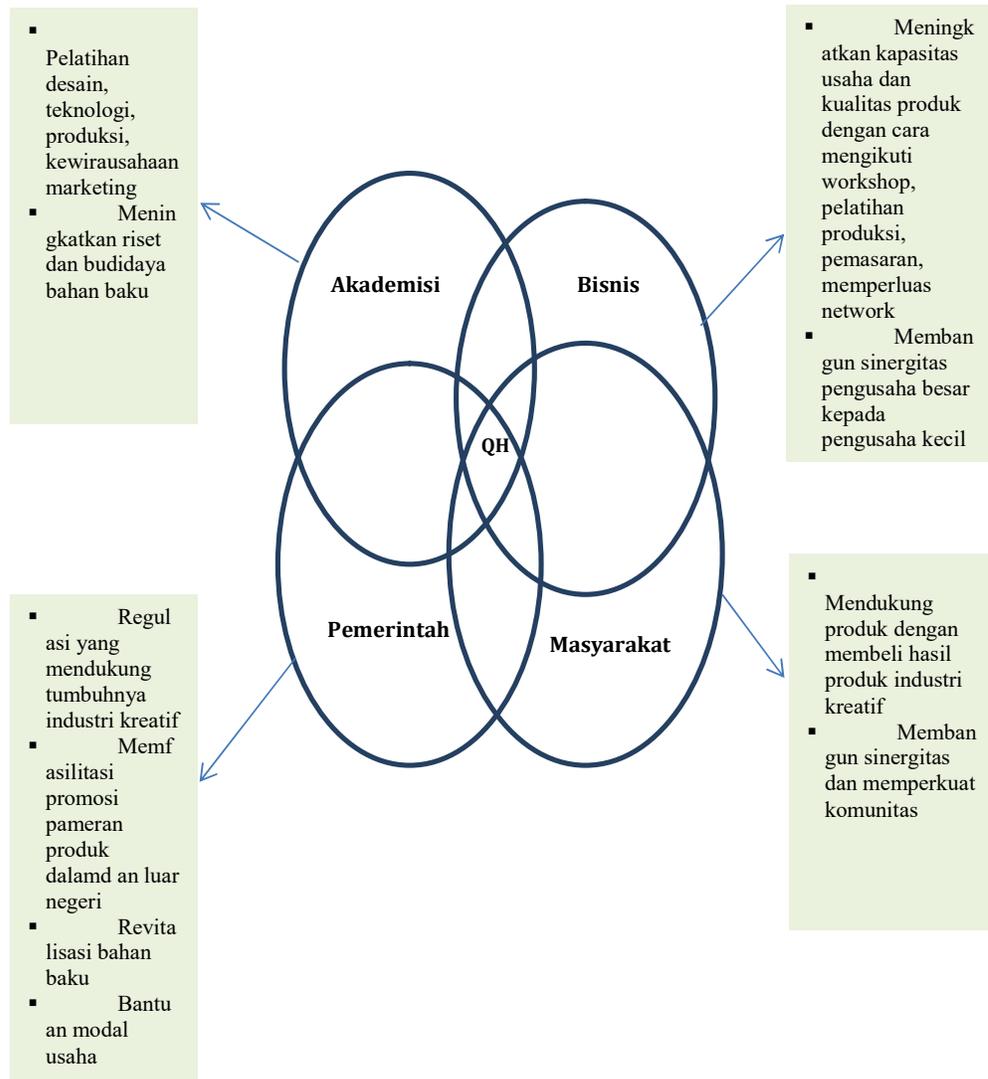
Industri Kreatif

Konsep industri kreatif menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia yang tertera dalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025, terdapat 14 subsektor industri kreatif Indonesia, yaitu: (1) periklanan (advertising); (2) arsitektur; (3) pasar barang seni; (4) kerajinan (craft); (5) desain; (6) fesyen (fashion); (7) video, film, dan fotografi; (8) permainan interaktif (game); (9) musik; (10) seni pertunjukan (showbiz); (11) penerbitan dan percetakan; (12) layanan komputer dan piranti lunak (software); (13) televisi dan radio (broadcasting); dan (14) riset dan pengembangan (R & D). Kementerian Koperasi dan UMKM (2012) menyebutkan bahwa industri kreatif dapat juga dikatakan sebagai UMKM yang berbasis kreativitas. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif.

Industri kreatif dapat diartikan sebagai industri yang unsur utamanya adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Secara konsep industri kreatif adalah kegiatan ekonomi yang bertumpu pada aktivitas berpikir dan daya kreasi manusia. Dalam ekonomi kreatif terdapat usaha industri kreatif, yaitu industri baru yang berlandaskan inovasi dan kreativitas, sehingga pelaku dalam industri kreatif harus terus berinovasi dan mengembangkan produk ataupun jasanya. Menurut Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia industri kreatif dikelompokkan dalam: (1) periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fesyen, (7) video, film dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) televisi dan radio, (14) riset dan pengembangan (Bekraf, 2016).

Kinerja Inovasi Pada Industri Kreatif

Dalam pasar yang penuh ketidakpastian saat ini kita sedang menghadapi pasar global yang membutuhkan kecepatan dalam merespon kebutuhan pasar dan perubahan teknologi yang terjadi. Agar dapat menghadapi itu semua maka inovasi yang diikuti dengan efisiensi dan efektifitas sumber daya sangat diperlukan. Inovasi ideas dan implementasi yang berhasil akan mewujudkan kinerja inovasi yang unggul (Halim et al., 2015). Porter (1980) menyatakan bahwa inovasi produk, proses, pelayanan dan model bisnis yang dimiliki pelaku usaha industri kreatif merupakan modal utama untuk memenangkan peluang dan persaingan dalam industri kreatif. Menurut Parkman & Helder (2012) kata kunci dalam industri kreatif adalah kinerja inovasi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Walaupun hambatan dalam industri kreatif salah satunya adalah keterbatasan sumber daya manusia dan teknologi, namun pelaku usaha dalam industri kreatif dikenal sebagai karakter yang inovatif. Dalam industri kreatif, kinerja inovasi memegang peran penting bagi keberlangsungan usaha.



Gambar 1. Quadruple Helix pada Industri Kreatif

Para peneliti telah melakukan sejumlah penelitian untuk menjawab permasalahan bagaimana mengelola keterbaruan ide, proses kreatifitas yang akan menghasilkan produk dan jasa yang baru dan pengembangan teknologi untuk mendukungnya . Menyadari pentingnya kinerja inovasi dalam industri kreatif maka disusunlah pengukuran kinerja inovasi yang sesuai bagi pelaku usaha dalam industri kreatif. Dengan mengembangkan produk dan jasa yang baru yang memiliki inovasi maka diharapkan kinerja inovasi mereka akan meningkat pula.

Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Inovasi Industri Kreatif

Kreativitas adalah penciptaan ide baru yang bermanfaat pada semua aspek dalam aktivitas manusia dan dalam kehidupan sehari-hari. Ide tersebut harus baru, artinya berbeda dari apa yang telah ada sebelumnya tetapi bukan berarti ide baru tersebut sekedar berbeda. Ide tersebut harus bermanfaat untuk dapat memecahkan masalah

dan menciptakan peluang. Penelitian Young & Jung (2010) menghasilkan temuan bahwa kreativitas mempunyai pengaruh terhadap kinerja inovasi pada perusahaan Korea dengan dihasilkannya *organizational creativity index (OCI)*. Kreativitas membuat pelaku usaha mampu mengambil peluang usaha sehingga dapat menjadi basis inovasi bagi pertumbuhan bisnisnya (Bilton, 2007). Perubahan dalam perekonomian saat ini telah bergeser dari aktivitas berbasis pengetahuan ke kreativitas, inovasi, kewirausahaan dan imajinasi (Van den Broeck et al. 2008; Oke et al. 2009). Penelitian Fillis (2010) menghasilkan temuan bahwa perilaku kreativitas dalam kewirausahaan dapat mempengaruhi peningkatan *intangible aset* dimana di dalamnya termasuk kinerja inovasi.

Peran Quadruple Helix dan Kinerja Inovasi Industri Kreatif

Konsep *Quadruple Helix* merupakan pengembangan konsep triple helix dengan mengintegrasikan peran akademisi, pengusaha, pemerintah dan masyarakat (*civil society*) ke dalam aktivitas kreatifitas dan pengetahuan (Oscar, 2010). Mulyana (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa konsep *Quadruple Helix* sebagai solusi pengembangan kreativitas, inovasi dan teknologi bagi industri kreatif. Fernando (2012) kreatifitas dan inovasi memiliki hubungan erat yang akan mendukung kinerja inovasi. Carayannis dan Campbell (2009) menyatakan pentingnya kebijakan dan praktik pemerintah, universitas dan industri serta masyarakat saling berinteraksi secara cerdas, efektif dan efisien. Konsep ini dalam penelitian Praswati (2017) konsep *Quadruple Helix* memberikan kontribusi dalam proses inovasi (industri, universitas, pemerintah, dan, pada tahap selanjutnya, masyarakat sipil) ke empatnya saling berinteraksi untuk mempercepat transfer inovasi. Pentingnya hubungan antar peran dalam helix system oleh Ranga & Etzkowitz (2013) saat ini telah berkembang era inovasi dimana keterkaitan akademisi-pemerintah-bisnis ditambah lagi dukungan masyarakat akan menghasilkan ide baru dalam produk dan jasa yang memiliki inovasi yang tinggi.

Dewi (2009) menjelaskan bahwa dukungan kerja sama dan interaksi antara akademisi (universitas), pebisnis, pemerintah dan masyarakat merupakan penggerak lahirnya kreativitas, ide, dan pengetahuan. Ditegaskan oleh Etzkowitz (2008) bahwa konsep triple helix yang disempurnakan menjadi *Quadruple Helix* akan dapat melahirkan kreativitas baru, ide dan ketrampilan serta pengetahuan baru. Penelitian tentang pengaruh dukungan pemerintah, universitas dalam transfer kreativitas telah dilakukan oleh Xiaobo (2013), Ranga & Etzkowitz (2013) juga menjelaskan kreativitas lahir melalui keterlibatan intelektual (*university*), *business*, masyarakat dan pemerintah yang memberikan regulasi yang mendukung terciptanya atmosfer tumbuhnya perilaku kreatif dan inovatif pada pelaku usaha. Peran universitas sebagai pendukung tumbuhnya kreativitas sangat memegang peran penting (Etzkowitz, 2008) karena akademisi memainkan peran penting dalam pengembangan kreativitas dan inovasi dan melakukan transfer pengetahuan kepada pelaku bisnis dalam industri kreatif. Penelitian Mulyana & Sutapa (2015) menghasilkan temuan bahwa *Quadruple Helix* memiliki peran besar dalam meningkatkan kreativitas pada industri kreatif akan tetapi belum mampu meningkatkan kinerja inovasi pada industri kreatif sektor fashion di Semarang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian saat ini memberikan sebuah kerangka konseptual mengenai bagaimana meningkatkan kinerja inovasi melalui peningkatan kreatifitas melalui pendekatan dan interaksi pada *Quadruple Helix*. Dalam framework ini kreatifitas merupakan unsur penting dalam peningkatan kinerja inovasi pada industri kreatif Indonesia. Framework ini memberikan saran bagi penciptaan kinerja inovasi pada industri kreatif agar meningkatkan kreativitas dan keunggulan bersaing melalui kontribusi dan interaksi antara university-business-government and civil society. Hal ini karena dalam kreatifitas yang dimiliki pelaku usaha industri kreatif akan tercipta produk dan jasa baru yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Diharapkan dengan memahami kinerja inovasi pada industri kreatif maka pelaku usaha dapat mempersiapkan faktor apa sajakah yang diperlukan dalam menghadapi perubahan pasar, konsumen, dalam persaingan yang ketat dan perkembangan teknologi yang terjadi.

Kemampuan dalam mengelola dan meningkatkan kreativitas akan sangat berpengaruh dalam industri kreatif agar dapat memperbaiki kinerja inovasinya. Pelaku usaha dalam industri kreatif dapat memanfaatkan factor-faktor yang terdapat dalam aspek kreativitas yang menjadi modal dasar agar bisa tetap bertahan dalam industri kreatif untuk meningkatkan kinerja inovasinya. Dalam kreativitas dapat memunculkan ide baru yang memunculkan produk dan jasa yang mampu bersaing dengan kualitas dan *value added* yang baik di hati konsumen. Agar kinerja inovasi secara keseluruhan memberikan hasil yang maksimal maka elemen dalam *Quadruple Helix* sangat diperlukan untuk lebih mendorong kreativitas pelaku usaha industri kreatif sehingga perbaikan secara terus menerus dalam kinerja inovasinya akan dapat dilakukan secara berkelanjutan. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha dalam industri kreatif yang memiliki kreatifitas tinggi memiliki kemampuan yang lebih tinggi dalam menghasilkan produk yang lebih inovatif dan memiliki nilai tambah yang unggul.

Berdasarkan studi pendahuluan dapat disimpulkan bahwa kinerja unggul dihasilkan dari aspek kreatifitas yang tinggi dan di dukung oleh kontribusi dan interaksi yang baik antara university-business-government dan civil society dalam *Quadruple Helix*. Temuan nyata bahwa kinerja inovasi membutuhkan karakter open mind dan perilaku berbagai pengetahuan yang terus menerus sehingga kreativitas dapat mendukung penciptaan produk dan jasa baru yang unggul. Untuk dapat meningkatkan secara teori dan praktek dalam penelitian, maka untuk penelitian mendatang dapat digunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Disamping itu untuk menghasilkan temuan menurut hasil penelitian Halim *et al.* (2015) maka diperlukan budaya inovasi dalam peningkatan kinerja inovasi sehingga lebih dapat memberikan hasil yang maksimal bagi usaha kecil dalam industri kreatif. Kolaborasi antara empat aspek yakni akademisi, bisnis, masyarakat dan pemerintah memang memegang peranan kunci dalam memajukan industri kreatif. Nilai-nilai yang ada pada industri kreatif tidak bisa dijalankan secara terpisah oleh empat aspek itu. Keempat aspek helix tersebut merupakan faktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan, dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang, dan bersimbiosis mutualisme antara ketiga faktor tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model

ekonomi kreatif akan menentukan pengembangan ekonomi kreatif yang kokoh dan berkesinambungan.

KESIMPULAN

Pendekatan *Quadruple Helix* akan dapat melahirkan kreativitas baru, ide dan ketrampilan serta pengetahuan baru dengan adanya dukungan antara akademisi, pebisnis, pemerintah dan masyarakat. elemen dalam *Quadruple Helix* sangat diperlukan untuk lebih mendorong kreativitas pelaku usaha industry kreatif sehingga perbaikan secara terus menerus dalam kinerja inovasinya akan dapat dilakukan secara berkelanjutan. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha dalam industry kreatif yang memiliki kreatifitas tinggi memiliki kemampuan yang lebih tinggi dalam menghasilkan produk yang lebih inovatif dan memiliki nilai tambah yang unggul.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ekonomi Kreatif, 2016. Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif : Kerja sama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik.
- Bilton, C. 2007. *Management and Creativity : From Creative Industries to Creative Management*, Blackwell Publishing, Oxford.
- Cinzia, C and C. Porlezza. 2012. Innovation in Creative Industries : from the *Quadruple Helix* Model to the System Theory, *Journal Knowledge Economy*, 3, 343-353.
- Cunningham, S.D., Cutler, T.A., Ryan, M.D., Hearn, G. N. & Keane, M. A. (2003) *Research and Innovation Systems in the Production of Digital Content and Applications. Content and Applications, Creative Industries Cluster Study Volume III. Commonwealth of Australia (DCITA) Canberra.*
- Dewi, E. M., 2009. Peran Perguruan Tinggi dalam Triple Helix sebagai Upaya Pengembangan Industri Kreatif, Seminar Nasional "Peran Pendidikan Kejuruan dalam Pengembangan Industri Kreatif" Jurusan PTBB FT UNY.
- Etzkowitz, H. And L, Leydesdorff, 1995. The Triple Helix-University-Industry-Government Relation : A laboratory for knowledge based economic development. *EASST Rev.*, 14: 14-19.
- Etzkowitz., H & Dzisah, J. 2008. Triple Helix Circulation : The Heart of Innovation and Development, *International Journal of Technology Management and Sustainable Development*, 7 (3), 101-115.
- Etzkowitz, H. 2008. *Triple Helix Innovation : Industry, University and Government in Action*, London and New York : Routledge.
- Halim, Hasliza Abdul, Ahmad, Noor Hazlina, Ramayah T., Hanifah Haniruzila, Taghizadeh, Sayedeh Khadijeh and Mohamad, Marini Nurbanum. 2015. Toward an Innovation Culture : Enhancing Innovative Performance of Malaysian SMEs, *Mediterranean Center of Social and Educational Research*, Vol. 4, No. 2.
- Hudani, Hafiz & Dhewanto, Wawan, 2015, *Quadruple Helix* Mapping Collaboration for Fashion Small Medium Enterprise Development in Bandung, *Journal of Business & Management*, Vol. 4, No. 3, 394-406.

Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

- Mulyana, Sutapa, 2014. Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan *Quadruple Helix* : Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion, Jurnal Manajemen Teknologi, Vo. 13, No. 3.
- Mulyana & Sutapa, 2015. Peran *Quadruple Helix* Dalam Meningkatkan Kreativitas dan Kapabilitas Inovasi, 2nd Conference in Business, Accounting and Management, Universitas Sultan Agung Semarang.
- Praswati, Aflit Nuryulia, 2017. Perkembangan Model Helix dalam Peningkatan Inovasi, Seminar Nasional Riset Manajemen dan Bisnis.
- Ranga, Marina & Etzkowitz, H. 2013. Triple Helix System : An Analytic Framework for Innovation Policy and Practice in Knowledge Society, Industry and Higher Education, Vol. 27, No. 3.
- Rosenbusch, Nina, Brinckmann, Jan & Bausch, Andreas. 2011. Is Innovation always Beneficial ? A Meta-Analysis of The Relationship between Innovation and Performance in SME, Journal of Business Venturing, Vol. 26, Issue 4.
- So Young, S. & C, Sik Jung, 2010. Effect of Creativity on Innovation : Creativity Initiatives Have Significant Impact on Innovative Performance in Korean Firms, Creativity Research Journal, 4 (3), 320-328.
- Van Den Broeck, H, Cools, e. And Maenhout, T. 2008. A Case study of Arteconomy : Building bridges between art and enterprise : Belgian businesses stimulate creativity and innovation through art, Journal of management and Organization, Vol. 14, pp. 573-587.
- Xiaobo, W. & V. Sivalogathan, 2013. Intellectual Capital for Innovation Capability : A Conceptual Model for Innovation, Inetrnational Journal of Trade and Finance, 4 (3), 139-144.