

PALAMAN PENGESAHAN

**LAPORAN KEMAJUAN  
HIBAH BERSAING**



**MODEL PENINGKATAN *INNOVATION CAPABILITY* DAN *DAYA SAING INDUSTRI*  
KREATIF MELALUI PENDEKATAN *QUADRUPLE HELIX*  
DI JAWA TENGAH**

**Drs. Mulyana, MSi/NIDN: 0607056003 (Ketua Peneliti)  
Sutapa, SE, MSi, Akt/NIDN: 0601057001(Anggota Peneliti)**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG  
2014**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Model Peningkatan *Innovation Capability* dan Daya Saing Industri Kreatif melalui Pendekatan *Quadruple Helix*

Peneliti/ Pelaksana  
 Nama Lengkap : Drs. Mulyana, Msi  
 NIDN : **0607056003**  
 Jabatan Fungsional : Lektor Kepala  
 Program Studi : Manajemen  
 No HP : 08122930724  
 Alamat surel (E-mail) : [mulyanads@yahoo.co.id](mailto:mulyanads@yahoo.co.id)

Anggota (1)  
 Nama Lengkap : Sutapa, SE, Msi, Akt  
 NIDN : **0601057001**  
 Perguruan Tinggi : Universitas Islam Sultan Agung

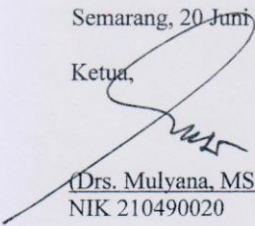
Anggota (2)  
 Nama Lengkap :  
 NIDN :  
 Perguruan Tinggi :

Anggota (ke n)  
 Nama Lengkap :  
 NIDN :  
 Perguruan Tinggi :


Institusi Mitra (jika ada) :  
 Nama Institusi Mitra :  
 Alamat :  
 Penanggung Jawab :  
 Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 .dari rencana 2 tahun  
 Biaya Tahun Berjalan : Rp 50.000.000,-  
 Biaya Keseluruhan :

Semarang, 20 Juni 2014

Ketua,

  
 (Drs. Mulyana, MSi)  
 NIK 210490020

Mengetahui,  
Ketua LPP.

  
 Dr. Ir. Suryani Alifah, MT  
 NIK. 210601024

## RINGKASAN

Industri kreatif memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi dan perkembangannya belum memuaskan, karena terbatasnya kemampuan sumber daya manusia. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *Quadruple helix* dan *Innovation capability* dalam meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja. Jumlah sampel 120 responden industri kreatif sub-sektor fashion di Jawa Tengah (Pantura), dan metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, serta analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan *quadruple helix* mampu meningkatkan kreativitas dan inovasi, serta peningkatan kemampuan inovasi dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja.

Kata kunci: *Quadruple Helix*, kreativitas, *innovation capability*, keunggulan bersaing, Kinerja.

Surabaya, 20 Juni 2014

Peneliti,

Dr. Mulyana, MA

## PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan Kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penelitian hibah bersaing tahun ke 1 yang didanai Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DP3M) Ditjen Dikti dengan judul Model Peningkatan *Capability Innovation* dan daya saing industri kreatif melalui pendekatan *Quadruple Helix* di Jawa Tengah dapat terselesaikan dengan baik.

Penelitian ini berusaha membahas tentang *innovation capability*, daya saing dan kinerja industri kreatif. Peran *quadruple helix* menjadi sangat penting untuk mendukung manajemen industri kreatif, serta juga sangat diperlukan demi memudahkan pencapaian tujuan usaha. Industri kreatif memiliki peran cukup besar dalam mengurangi pengangguran, dan menyumbang PDB, sehingga pada penelitian ini berusaha menguji model peran *quadruple helix* dalam meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja.

Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kami mohon maaf dalam penyusunan penelitian ini belum memberikan solusi yang optimal. Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu menyelesaikan laporan akhir ini dan kami juga berharap kritikan dan masukan demi kesempurnaan penelitian ini.

Semarang, 20 Juni 2014

Peneliti,

Drs. Mulyana, Msi

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                | ii      |
| RINGKASAN .....   | iii     |
| PRAKATA.....  | iv      |
| DAFTAR ISI.....   | v       |
| DAFTAR TABEL.....                                       | vi      |
| DAFTAR GAMBAR.....                                      | vii     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                    | viii    |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                  | 1       |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                            | 5       |
| BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....              | 15      |
| BAB IV METODE PENELITIAN.....                           | 17      |
| BAB V HASIL YANG DICAPAI.....                           | 34      |
| BAB VI RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....                  | 66      |
| BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN.....                       | 67      |
| DAFTAR PUSATAKA.....                                    | 71      |
| LAMPIRAN.....   | 74      |
| 17. Tabel 5.12: Composite Reliability dan AVE.....      | 53      |
| 18. Tabel 5.16: Nilai P-Square.....                     | 54      |
| 19. Tabel 5.13: Hubungan antar variabel penelitian..... | 56      |

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| 1. Tabel 4.1 : Definisi operasional variabel.....               | 19      |
| 2. Tabel 4.2 : Distribusi responden.....                        | 20      |
| 3. Tabel 5.1 : Umur Responden.....                              | 34      |
| 4. Tabel 5.2 : Pendidikan responden.....                        | 34      |
| 5. Tabel 5.3 : Jenis kelamin responden.....                     | 35      |
| 6. Tabel 5.4 : Lama Usaha responden.....                        | 35      |
| 7. Tabel 5.5 : Statistik deskriptif intellectual.....           | 37      |
| 8. Tabel 5.6 : Statistik Deskriptif Government.....             | 39      |
| 9. Tabel 5.7 : Statistik Deskriptif Busines.....                | 41      |
| 10. Tabel 5.8 : Statistik Deskriptif Civil soceity.....         | 42      |
| 11. Tabel 5.9 : Statistik Deskriptif kreativitas.....           | 44      |
| 12. Tabel 5.10: Statistik Deskriptif innovation capability..... | 45      |
| 13. Tabel 5.11: Statistik deskriptif Keunggulan Bersaing.....   | 47      |
| 14. Tabel 5.12: Statistik Deskriptif Kinerja.....               | 47      |
| 15. Tabel 5.13 : Outer Loading.....                             | 51      |
| 16. Tabel 5.14 : Measuremnet Model.....                         | 52      |
| 17. Tabel 5.15: Composite Reliability dan AVE.....              | 53      |
| 18. Tabel 5.16 : Nilai R-Square.....                            | 54      |
| 19. Tabel 5.13 : Hubungan antar variabel penelitian.....        | 56      |

DAFTAR GAMBAR

Halaman

DAFTAR PERTANYAAN.....

1. Gambar 1 : Model Struktural.....52

## DAFTAR LAMPIRAN

|                           |      |    |
|---------------------------|------|----|
| 1. DAFTAR PERTANYAAN..... | DARI | 74 |
|---------------------------|------|----|

## PENDAHULUAN

Industri kreatif memiliki peran besar dalam mendukung ekonomi kreatif, dimana nilai barang dan jasa sangat ditentukan sejauh mana sumber daya manusia mampu memanfaatkan teknologi, kreativitas dan inovasi. Industri kreatif bersaing dipasar global tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas, tetapi bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas dan imajinasi (Lati dan Suryani, 2005). Industri kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, memiliki prospek yang cukup baik untuk dikembangkan.

Pembinaan bagi pengembangan industri kreatif diwujudkan belum mendapat perhatian yang optimal dari berbagai pihak, sebagai peran Universitas/Intelektual, pemerintah, bisnis dan Civil Society yang disebut dengan Quadruple Helix sangat diperlukan. Konsep Quadruple Helix adalah penting untuk mengintegrasikan media, budaya, civil society (Alfonsa, 2012). Kebijakan yang menguntungkan secara teknis belum optimal bahkan setelah diuji berjalan sendiri, sehingga pengembangan industri kreatif yang diharapkan juga belum maksimal.

Partisipasi Universitas/Intelektual (pemerintah) diharapkan mampu melahirkan inovasi teknologi dan ide-ide kreatif serta melakukan pendampingan pada pelaku industri kreatif. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008), intelektual (pemerintah) adalah mencakup kebijakan,



## BAB I

### PENDAHULUAN

Industri kreatif memiliki peran besar dalam mendukung ekonomi kreatif, dimana nilai barang dan jasa sangat ditentukan sejauh mana sumber daya manusia mampu memanfaatkan teknologi, kreativitas dan inovasi. Industri bersaing dipasar global tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas, tetapi bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas dan imajinasi (Esti dan Suryani, 2008). Industri kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, memiliki prospek yang cukup baik untuk dikembangkan.

Pembinaan bagi pengembangan industri kreatif disinyalir belum mendapat perhatian yang optimal dari berbagai pihak, sehingga peran Universitas/intelektual, pemerintah, bisnis dan *Civil Society* yang disebut dengan Quadruple Helix sangat diperlukan. Konsep Quadruple Helix adalah penting untuk mengintegrasikan media, budaya, civil society (Afonso, 2012). Kerja sama yang menguntungkan keempat sektor belum optimal bahkan seolah-olah berjalan sendiri, sehingga pengembangan industri kreatif yang diharapkan juga belum maksimal.

Partisipasi Universitas/intelektual (cendekiawan) diharapkan mampu melahirkan inovasi teknologi dan ide-ide kreatif serta melakukan pendampingan pada pelaku industri kreatif. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) : intelektual (cendekiawan) adalah mencakup budayawan,

seniman, punakawan, begawan, para pendidik di lembaga-lembaga pendidikan, para pelopor di paguyuban, padepokan, sanggar budaya dan seni, individu atau kelompok studi dan peneliti, penulis, dan tokoh lainnya di bidang seni, budaya dan ilmu pengetahuan yang terkait dengan pengembangan industri kreatif. Idealnya ide-ide intelektual (cendekiawan) dapat memberikan solusi permasalahan yang dihadapi pemerintah untuk mengambil kebijakan yang berkaitan dengan pelaku bisnis khususnya industri kreatif.

Peran *civil society* sebagai pemakai output ekonomi secara keseluruhan juga belum optimal, sementara peran pemerintah dalam memberikan rangsangan yang positif juga belum optimal agar mampu merangsang pertumbuhan investasi bisnis, serta menciptakan iklim yang kondusif, misalnya melindungi hasil karya inovasi bisnis melalui kemudahan HAKI, mengurangi pembatasan yang menyulitkan pelaku bisnis, membuat aturan yang berkaitan dengan etika bisnis, untuk mewujudkan persaingan bisnis yang sehat.

Sedangkan bisnis berkewajiban menciptakan iklim bisnis yang sehat untuk mendukung terciptanya pertumbuhan ekonomi nasional, pertumbuhan kesempatan kerja serta kesejahteraan masyarakat juga belum optimal, bahkan terjadi persaingan yang tidak sehat. Sinergi yang saling menguntungkan keempat sektor diharapkan mampu meningkatkan inovasi dan pertumbuhan industri kreatif yang berkelanjutan.

Pengembangan industri kreatif hendaknya diarahkan pada sub sektor industri kreatif yang memiliki potensi cukup baik, karena memiliki sumber daya insani kreatif dan kaya akan warisan budaya. Menurut Departemen Perdagangan

(2008), permasalahan yang dihadapi industri kreatif adalah : kuantitas dan kualitas sumber daya insani sebagai pelaku industri kreatif, iklim kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha, penghargaan/partisipasi terhadap insan kreatif dan karya kreatif yang dihasilkan, percepatan tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi serta lembaga pembiayaan yang mendukung pelaku industri kreatif.

Industri kreatif memiliki peran besar dalam menyumbang pendapatan negara, terbukti kontribusi pada pendapatan domestik bruto rata-rata 7,8 persen per tahun atau setara dengan 140 triliun rupiah dan tidak boleh dianggap sebelah mata karena mampu menyerap tenaga kerja sekitar 7,4 juta orang. Sejak tahun 2004 sampai 2010 ekspor industri kreatif mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan tahunan tertinggi 12 persen dan mencatat nilai ekspor 131 triliun rupiah pada tahun 2010, dan diharapkan pada tahun 2025 industri kreatif menyumbang 11 persen pada PDB dan 12-13 persen untuk ekspor (<http://citraindonesia.com/kemendag-genjot-industri-kreatif>).

Berdasarkan studi pemetaan industri kreatif oleh Departemen Perdagangan RI tahun 2008, diperoleh informasi kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia dibedakan berdasarkan 5 indikator utama, yaitu : a) Poduk Domestik Bruto, b) Ketenagakerjaan, c) Jumlah perusahaan, d) Ekspor, e) dampak terhadap sektor lain. Industri kreatif memiliki sumbangan yang cukup signifikan terhadap pendapatan domestik bruto nasional, penyerapan tenaga kerja, nilai ekspor, sehingga upaya peningkatan daya saing terus diupayakan.

Pada penelitian ini diharapkan dapat menemukan kolaborasi yang menguntungkan antara intelektual, pemerintah, bisnis, dan *civil society* sehingga

mampu meningkatkan inovasi dan pertumbuhan industri kreatif yang berkelanjutan. Hasil temuan penelitian ini diharapkan terbentuk sebuah model penerapan *Quadruple Helix* yang efisien dan efektif untuk pengembangan industri kreatif di Jawa Tengah, dan menjadi rujukan daerah lain.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta era globalisasi ekonomi telah mendorong perkembangan manusia untuk berbuat lebih kreatif. Saat ini telah terjadi pergeseran dari era industrialisasi ke era informasi dan akhir-akhir ini muncul era ekonomi kreatif. Perkembangan industri telah menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang murah dan efisien, sehingga perkembangan teknologi membuat manusia menjadi semakin produktif (*value added*). Pada industri kreatif berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual.

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia, industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta dengan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreatif dan daya cipta individu tersebut. Ada 14 subsektor industri kreatif (<http://giga.asosiasi.org/2010/industri-kreatif-indonesia/>).

#### 1. Periklanan

Kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan, meliputi : proses kreatif, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya saat pasar, perencanaan komunikasi merek iklan, iklan luar ruang, produksi material

## 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
- Arikunto, S., 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Renika Cipta, Jakarta
- Ali Hasan, 2008, *Marketing*, MedPress, Yogyakarta
- Barney, Jay B, 1996, Strategic Factor Markets ; Expectations and Business strategy : *Management Science*, 32 (oktober) 123-141.
- Carayannis, EG and Campbell D.F.J, 2006, Knowledge Creation, Diffusion and Use in Innovation Network and Knowledge cluster : A Comparative System Approach Across the United State, Europe and Asia, Preager.
- Chawla, K. Sudhir, at.al, 2010, Are Small Business Critical Success Factor Same in Different Countries, *SIES Journal of Management*, Vol.71: 1-12
- Chao, 2011, Correlation Between Technological creativity Self efficacy and Knowledge Sharing Among Atletes, *International Journal of Management and Marketing Research*, Volume 4.
- Celuch K and Murphy G, 2010, SME Internet Use Strategic Flexibility : the moderating effect of IT Market Orientation, *Journal of Marketing Management*, Vol. 26 No 5, page 131-145.
- Dibrell, C., Davit P.S., 2008, Fueling Innovation Trough Information Technology In SMEs, *Journal of Small Business Management*, Vol. 46, No.2, pp203-218.
- Eliot, L., Nakos, G. Hadjimarcou, J, 2009, Key Factors for Successful Export Performance for Small Firms, *Journal of International Marketing*, Vol. 17, No. 3, p. iv
- Executive Summary ( 2006), *Hasil Kajian Diputi Bidang Sumber daya Manusia UKM dan Koperasi* (<http://www.smeccda.com> )
- Hidayati, E., 2011, Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Pada Kewirausahaan Kecil, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.13, No.1, pp. 8-16
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Halim. A, 2011, The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, p. 183-188.
- (<http://cangkirparagraf.blogspot.com/2011/11/potensi-batik-sebagai-penyangga-ekonomi>).
- Martinette. L. and Leeson, A, 2009, A View Based On Organizational Size: How Competitive Advantage Moderates The Learning Orientation/Business Performance Relationship, *International Journal of Global Management Studies*, Volume 1, p. 24-71.
- Mudrajat K, 2006, *Strategi, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta
- Mulyana, dan Sutapa (2008) , *Pengaruh Tugas Teknologi dan Kesesuaian Tugas Teknologi Terhadap Kinerja Manajer UKM di Semarang*, Hasil Penelitian.
- Mulyana ,dkk ( 2007), Pengaruh komunikasi, dan kepuasan terhadap kepercayaan dan dampaknya terhadap komitmen hubungan pemasaran jangka panjang, *Jurnal Riset Bisnis Indonesia*
- Mulyana,dkk (2007) Peran Keluarga dalam Meningkatkan Kinerja Pedagang Gendong di Semarang, Hasil Penelitian.
- Mulyana dan Sutapa (2012), Model Peningkatan Daya Saing Industri Kreaif melalui Teknologi informasi dan Corporate Governance di Jawa Tengah, Hasil Penelitian.
- Neill, 2006, An Analysis of Factors Which Influence Small Businesses' Decision to Have a Website and to Conduct Online Selling, *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge Vol. 8 Num. 2, p. 2004 - 2009
- Patten, Richard, Jay Rosengard, Don Johnston and Widjojo Koesoemo "Improving Access to Financial Services for Low-Income Rural Households and Microenterprises in Indonesia: The Potential for Further Development of Local Government-Owned Financial Institutions," GTZ, November 2003
- Rasheed and Howard, 2009, Contrasting E-commerce Business Models: Performance Implications for Small Enterprises, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 14, No. 1 ,pp 89-101

- Smith. C., Wright S, Pickton, 2010, Competitive Intelligence programmes for SMEs in France: evidence of changing attitudes, *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 18, No. 7, page 523-536
- Smith R.Jamie, at al, 2010, Competitive Intelligence programmes for SMEs in France: evidence of changing attitudes, *Journal of Strategic Marketing*, Vol.18, No. 7,pp 523-536.
- Shore B. Joanna, at al, 2011, Developing Business Policy Enhance Rural Small Business Competitive, *Academy of Entrepreneurship Journal*, Volume 17, Number 1.
- Steven F Kreft dan Russell S Sobe (2003), *Public Policy, Entrepreneurship, Economic Growth*, Western Virginia University.axharakis, The Portable MBA in Entrepreneur
- Wu ,Chao-Sen, at al, 2011, Correlation Between technological Creativity, self Efficacy and Knowledge Sharing Among Athletes, *International Journal and Marketing Research*, Vol.2, p 77-84
- Yosep, 2009, Corporate Governance and Earnings Management in Family-Controlled Companies, *Journal of Accounting, auditing & Finance*, p. 199-127
- Ying, Lu. at al, 2011, Undersdtanding the Link Between Information Technology capability and Organnizational agility : An Empirical Examination, *Journal MIS Quarterly*, Vol. 35 No. 4 pp. 931-954
- Zimmerer.W.Thomas & Scarborough, 2008, *Essentials of Entrepreneurship and Small Bussines Management*, Salemba empat, Jakarta

Dra. Mulyana, MSi/NIDN: 0607206007 (Ketua Pendidik)  
Sutapa, SE, MN, AB/NIDN: 0601852001 (Anggota Pendidik)

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG  
2014