



PENINGKATAN KREATIVITAS, KAPABILITAS INOVASI, DAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI PENDEKATAN QUINTUPLE HELIX: STUDI PADA INDUSTRI SEKTOR KULINER DI KOTA TANGERANG SELATAN

Ayi Muhyidin¹, Imal Istimal^{2(*)}

¹⁻² Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan, Jakarta

ABSTRACT

The main objective of this study is to explore the effect of the Quadruple Helix on competitive advantage through creativity and innovation capabilities in the creative economy sector in South Tangerang City. Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 23 was operated to test the research model with a sample of 135 respondents. The findings of this study reveal that the Quintuple helix (Intellectual, Government, Business, Civil society, and Environment) has a positive and significant impact on competitive advantage. Creativity and innovation capability also positively and significantly impact competitive advantage. In addition, the findings in this study show that creativity and innovation capability can mediate between the quintuple helix relationship and competitive advantage. This study contributes to the existing literature by investigating the quadruple helix concept in increasing competitive advantage.

INFORMASI ARTIKEL

Dikirim: 20 November 2022
Ditelaah: 21 November 2022
Diterima: 23 November 2022

Publikasi daring:
25 November 2022

Kata Kunci: *Quintuple helix, Creativity, Innovation Capability, Competitive advantage*

Juli – Desember 2022, Vol 1 (2) : Hal, 67-77
©2022 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
All rights reserved.

* Korespondensi: ayimuhyidin1@gmail.com (Ayi Muhyidin), istimalilham@gmail.com (Imal Istimal)

PENDAHULUAN

Industri kreatif telah berkembang menjadi elemen penting bagi perekonomian dunia selama tiga dekade terakhir (Sung, 2015), lahir sebagai respon atas perubahan cepat yang terjadi baik dalam bidang ekonomi maupun sosial (Mazilu et al., 2020). Selain itu, industri kreatif berperan penting dalam mendorong pertumbuhan serta kelangsungan ekonomi nasional dengan tetap memperhatikan isu keberlanjutan (Andres & Round, 2015; Štreimikienė & Kačerauskas, 2020) dengan mengintegrasikan kreativitas, pengetahuan, dan pembelajaran teknologi (Sung, 2015). Hingga saat ini, industri kreatif masih menjadi isu yang menarik bagi perekonomian di Negara maju (Lazzeretti et al., 2017) maupun Negara berkembang (Fahmi et al., 2017).

Industri kreatif muncul sebagai bidang ekonomi yang dapat memberikan dampak nyata pada aspek sosial, seperti pendidikan, perdagangan (Che Arshad & Irijanto, 2022), lapangan kerja baru, dan kemakmuran di suatu daerah (Ahman et al., 2020; Machmud & Sumawidjaja, 2020). Industri kreatif merupakan paradigma pembangunan ekonomi dan inovasi yang menghadirkan peran penting dalam industri; peran dimana penciptaan nilai terletak pada proses mengubah ide kreatif menjadi produk atau jasa (Gasparin & Quinn, 2021; Gouvea et al., 2021). Di Indonesia terdapat 16 subsektor ekonomi kreatif, diantaranya seperti fashion, kuliner, kriya dan periklanan (Perpres No 72 Tahun 2015).

Industri kreatif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang menggembirakan dari berbagai subsektor industri kreatif (Ahman et al., 2020), begitu juga dengan kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB). Pada tahun 2017 kontribusi sektor ini senilai 989,1 triliun, sedangkan pada tahun 2018 mencapai 1,066 triliun (Setiawan, 2018) dan meningkat menjadi 1.153 triliun pada tahun 2019. Hingga tahun 2019, jumlah penduduk yang bekerja pada sektor industri kreatif berjumlah 19,2 juta orang (15,21% dari total tenaga kerja nasional), meningkat sebesar meningkat 4,02% jika dibandingkan dengan tahun 2018 (Abdin et al., 2022). Industri kreatif juga memberikan kontribusi terhadap ekspor nasional sebesar 11% (US\$ 19,6 M), subsektor industri kreatif yang menyumbang nilai ekspor paling besar yaitu fashion 62,04%, Craft 30,95%, kuliner 6,76% dan lainnya 0,25% (Kemenko Bidang Perekonomian, 2021).

Kendati demikian, industri kreatif masih memiliki berbagai permasalahan dan diperlukan dukungan dari berbagai pihak agar dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi (Štreimikienė & Kačerauskas, 2020). studi Ahman et al., (2020) menunjukkan kapabilitas sumber daya manusia merupakan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku industri kreatif saat ini, sehingga berdampak pada lemahnya keunggulan bersaing (Otahe et al., 2022). Selain itu, industri kreatif juga masih lemah dalam menumbuhkembangkan kreativitas dan peningkatan kemampuan inovasi. Studi Ahman et al., (2020) menunjukkan pelaku industri kreatif harus mampu mendorong kreativitas dan meningkatkan kapasitas inovasi agar dapat berkembang dan memiliki daya saing. Oleh karena itu, kajian pada aspek kreativitas dan perilaku inovatif menjadi topik pembahasan yang sangat penting karena dipandang sebagai salah satu faktor kunci dalam menciptakan keunggulan bersaing (Ávila, 2021; Bulut et al., 2022; Elidemir & Ozturen, 2020; Setyaningrum & Muafi, 2022).

Konsep helix diyakini dapat berperan sebagai pendorong kreativitas dan inovasi (Ahman et al., 2020), gagasan dasar dari konsep helix merupakan kolaborasi yang melibatkan berbagai aktor seperti pemerintah, universitas, pelaku usaha, masyarakat dan alam (Carayannis & Campbell, 2010) yang akan melahirkan inovasi, kreativitas, ide, serta keterampilan dalam mengembangkan ekonomi kreatif (Praswati, 2017). Kolaborasi multipihak tersebut dikenal dengan konsep Quintuple helix, aktor yang terlibat memiliki kontribusi masing-masing sesuai dengan fungsi kelembagaannya di masyarakat.

Pemerintah memiliki peran penting dalam memberikan dukungan penuh berupa kebijakan dan menyediakan infrastruktur yang dapat meningkatkan industri kreatif. Universitas/intellectual berperan sebagai pusat transfer teknologi, serta menawarkan pengetahuan dan sumber daya manusia. Untuk membantu bisnis dalam mencapai tujuannya, industri (business) memberikan dukungan inkubator bisnis serta komersialisasi pengetahuan. Masyarakat sipil berbasis budaya dan media harus berpartisipasi secara formal dalam inisiatif bottom-up (Dzisah & Etzkowitz, 2008). Lingkungan alam diakui untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan dengan memberi orang akses ke sumber daya alam, tumbuhan, hewan, dan sumber daya (Carayannis et al., 2012; Carayannis & Rakhmatullin, 2014).

Kelima aktor yang terlibat dalam quintuple helix harus bekerja secara terpadu sehingga dapat memainkan perannya secara optimal dalam mendukung tumbuhnya kreativitas dan inovasi para pelaku industri kreatif di Indonesia (Praswati, 2017). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kolaborasi antara aktor yang terlibat dalam Quadruple helix (intelektual, pemerintah, bisnis dan masyarakat sipil) memiliki peran besar dalam mengembangkan kreativitas, namun belum mampu meningkatkan kemampuan inovasi para pelaku industri kreatif (Ahman et al., 2020). sementara penelitian Nursiah, (2020) menunjukkan kolaborasi antara aktor yang terlibat dalam quadruple helix dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan inovasi. Konsep Quadruple Helix sangat penting dalam mendorong peningkatan kinerja secara berkelanjutan melalui kreativitas dan kemampuan inovasi (Setyanti, 2018) yang akan berdampak pada hasil kinerja yang optimal dan keunggulan bersaing (Toole et al., 2013).

Studi empiris pada konsep quintuple helix masih jarang dilakukan di Negara berkembang seperti Indonesia. Penelitian yang ada seperti Setyanti, (2018) dan Ahman et al., (2020) masih terbatas pada model quadruple helix dalam meningkatkan keunggulan bersaing dengan kemampuan inovasi dan kreativitas sebagai variabel mediasi. Harwiki & Malet, (2020) telah memperluas konsep dengan mempertimbangkan konsep quintuple helix dan inovasi dalam meningkatkan kinerja industri kreatif, namun studi tersebut tidak menyoroti bagaimana dampak dari konsep helix terhadap kemampuan inovasi. Padahal, Quadruple/Quintuple Helix dipandang sebagai kerangka yang dapat merangsang inovasi (Carayannis et al., 2018) baik inovasi produk, inovasi proses atau kombinasi dari keduanya (Hernández-Trasobares & Murillo-Luna, 2020).

Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan literatur yang ada dengan berfokus pada konsep quintuple helix. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji konsep quintuple helix dalam meningkatkan keunggulan bersaing dengan kreativitas dan inovasi sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan pada

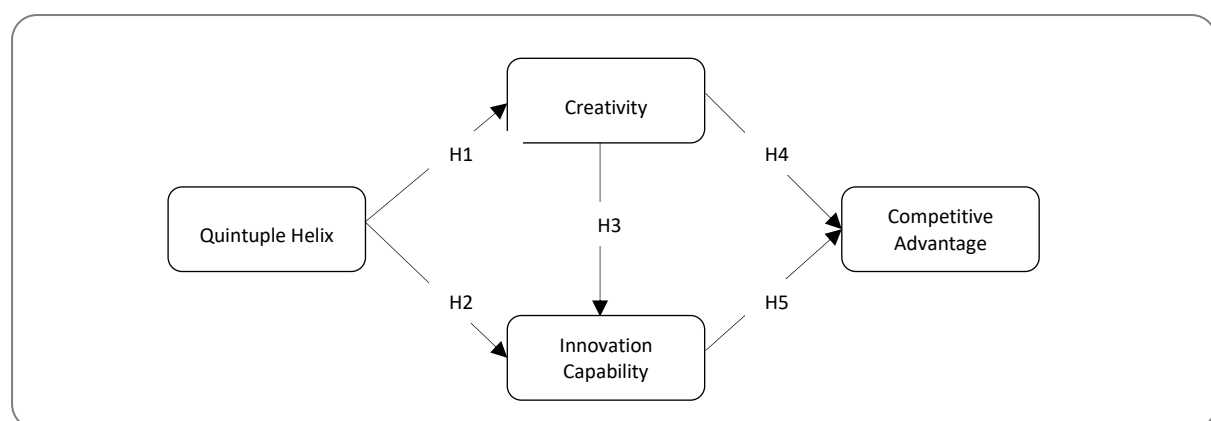
industri kreatif sektor kuliner di tangerang selatan, dengan harapan temuan baru dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa implikasi teoritis dan manajerial bagi pelaku industri kreatif dan aktor yang terlibat dalam konsep quintuple helix agar dapat bekerja secara terpadu sehingga dapat memainkan perannya secara optimal dalam mendukung tumbuhnya kreativitas dan inovasi para pelaku industri kreatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bentuk survei untuk mengeksplorasi fakta yang dapat diamati dan menyajikan penjelasan yang kuat untuk masalah yang diidentifikasi. Instrument survei dikembangkan untuk menyelidiki hubungan quintuple helix, kapabilitas inovasi, kreativitas dan keunggulan bersaing. Variabel penelitian dikembangkan dari studi sebelumnya, quintuple helix mengadopsi dari konsep (Carayannis et al., 2012), kreativitas mengadopsi konsep dari (Nguyen et al., 2021), kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing mengadopsi dari (Ávila, 2021). Konstruk penelitian diukur menggunakan skala tipe Likert lima poin, mulai dari 1 = “sangat tidak setuju” hingga 5 = “sangat setuju”. Pengujian model dilakukan dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan perangkat lunak AMOS 22.0 dan menggunakan prosedur dua langkah (J. F. Hair, 2011) untuk menganalisis data dalam penelitian ini.

Objek dalam penelitian ini adalah pelaku/pemilik usaha industri kreatif sektor kuliner di Tangerang Selatan. Sample yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 135 responden, menurut Hair et al., (2010) untuk penelitian kuantitatif, sampel sebanyak 100 sampai 200 termasuk dalam kategori sedang. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner melalui google form dan disebarluaskan kepada seluruh responden.

Gambar.1 Model Penelitian



HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1 menunjukkan bahwa 68,89% responden adalah laki-laki (n = 93) dan 31,11%

responden adalah perempuan (n = 42). Sebagian besar responden berasal dari kategori usia 22-39 tahun (71,11%, n = 96), dan sebagian besar sudah menikah (85,93%, n = 116) dengan pendidikan sebagian besar sarjana (93,33%, n = 126). Penghasilan perbulan sebagian besar responden (56%) berada di diantara 20-30 juta perbulan.

Tabel.1 Karakteristik Responden

		N	%
Gender	Laki-laki	93	68,89
	Perempuan	42	31,11
Age	< 22 Tahun	2	1,48
	22-39 Tahun	96	71,11
	40-59 Tahun	37	27,41
Status	Menikah	116	85,93
	Lajang	7	5,19
	lainnya	12	8,89
Pendidikan	SMA Sederajat	6	4,44
	Sarjana	126	93,33
	Magister	3	2,22
	Doktor	0	0,00
Pendapatan Perbulan	< 10 jt	14	10,37
	10-20 jt	27	20,00
	20-30 jt	76	56,30
	> 30 jt	18	13,33

Konsisten dengan Anderson & Gerbing, (1988), prosedur analisis data dalam persamaan structural equation modeling (SEM) dilakukan dengan menggunakan teknik dua langkah. Hasil analisis AMOS dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian apabila semua indikator dalam model telah memenuhi syarat validitas, *contruk reability* dan *variance extracted*. Uji validitas dilakukan dengan melihat muatan nilai loading factor masing-masing indikator terhadap konstruk. Dalam kebanyakan referensi, bobot faktor 0,5 atau lebih dianggap memiliki validasi yang cukup kuat untuk menjelaskan konstruk laten. Dalam penelitian ini, minimum accept loading factor adalah 0.5 dan dengan ketentuan nilai CR masing-masing konstruk adalah > 0.7 dan nilai AVE > 0.7 (Hair et al., 2010).

Tabel. 2 Pengukuran Variabel

Variabel	Factor loading	C.R	Construct reliability	AVE
Quintuple Helix			0,92	0,69
Int	0,83	Fixed		
Gov	0,79	10,82		
Civ	0,84	11,87		
Bus	0,84	11,59		
Nat	0,87	12,26		
Kreativitas			0,92	0,69
Krt1	0,81	Fixed		
Krt2	0,82	11,26		

Krt3	0,86	11,99		
Krt4	0,83	11,22		
Krt5	0,83	11,32		
Kapabilitas Inovasi			0,90	0,63
Kpi1	0,80	Fixed		
Kpi2	0,83	10,43		
Kpi3	0,83	10,37		
Kpi4	0,79	9,85		
Kpi5	0,73	9,10		
Keunggulan Bersaing			0,91	0,67
Kbs1	0,80	Fixed		
Kbs2	0,84	11,19		
Kbs3	0,83	11,04		
Kbs4	0,84	11,13		
Kbs5	0,77	9,85		

Tabel 2 menunjukkan nilai muatan loading faktor memiliki nilai diatas nilai penerimaan yaitu 0,50, begitu juga dengan muatan nilai *contruk reability* dan *variance extracted* memiliki nilai lebih besar level minimum yaitu 0,70. Muatan nilai tersebut mengkonfirmasi bahwa indikator dari masing-masing konstruk reliabel dan dapat dilakukan pengujian menggunakan pemodelan *structural equation modeling* (SEM).

Tabel. 3 Pengujian Model

Hipotesis	Estimate	Critical ratio	p-Value	Result
H ₁ : Quintuple Helix → Kreativitas	0,894	9,823	0,000	Supported
H ₂ : Quintuple Helix → Kapabilitas Inovasi	0,376	2,437	0,015	Supported
H ₃ : Kreativitas → Kapabilitas Inovasi	0,489	3,282	0,000	Supported
H ₄ : Kreativitas → Keunggulan Bersaing	0,587	3,996	0,000	Supported
H ₅ : Kapabilitas Inovasi → Keunggulan Bersaing	0,397	2,649	0,008	Supported

Goodness of fit: CMIN/df = 3.30; CFI = 0.959; AGFI = 0.913; GFI = 0.947; IFI = 0.966; NFI = 0.953; TLI = 0.936; RMSEA = 0.06; SRMR = 0.05

Table. 3 mengkonfirmasi beberapa temuan dalam penelitian ini, quintuple helix berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas dan kapabilitas inovasi (mendukung H₁ dan H₂). Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing (mendukung H₃ dan H₄), dan kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (mendukung H₅).

Quadruple helix diyakini dapat berperan sebagai pendorong kreativitas dan inovasi (Ahman et al., 2020), gagasan dasar dari konsep helix merupakan kolaborasi yang melibatkan berbagai aktor seperti pemerintah, universitas, pelaku usaha, masyarakat dan alam (Carayannis & Campbell, 2010) yang akan melahirkan inovasi, kreativitas, ide, serta keterampilan dalam mengembangkan ekonomi kreatif (Praswati, 2017). Setiap aktor yang terlibat memiliki kontribusi masing-masing sesuai dengan fungsi kelembagaannya di masyarakat.

Intelektual memiliki peran sebagai aktor yang menyebarkan ilmu pengetahuan, seni dan teknologi (Han, 2017) serta sebagai sosok yang dapat mengembangkan industri kreatif di masyarakat (Jones & Corral de Zubielqui, 2017). Hasil penelitian para intelektual dapat digunakan untuk menghasilkan konsep industri kreatif dan kemajuan manajemen bisnis (Jang et al., 2017). Pemerintah

memiliki keterlibatan yang signifikan dalam membentuk ekosistem industri kreatif, dan pemerintah berperan sebagai inisiator dalam mengintegrasikan multi-aktor melalui kebijakan top-down dalam memfasilitasi kebutuhan para pelaku industri kreatif (Villegas-Mateos, 2023). Selain itu, pemerintah juga perlu mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan akses pembiayaan bagi industri kreatif (Otache et al., 2022). Peran bisnis adalah sebagai penggerak terbentuknya ruang publik, sehingga akan terjadi sharing yang dapat mengasah kreatifitas para pelaku bisnis. Terbentuknya komunitas bisnis tersebut akan mampu mengubah pola pikir para pelaku bisnis industri kreatif dan berbagi pengelolaan bisnis yang mengarah pada inovasi. Masyarakat sipil diharapkan memiliki peran besar dalam pengembangan industri kreatif. Ia harus menjadi media komunikasi produk yang dihasilkan pelaku industri kreatif. Masyarakat sipil juga harus menciptakan budaya untuk menggunakan dan menjadi konsumen potensial yang mampu mendongkrak hasil produksi dalam negeri (Afonso, 2012). Sumber daya alam merupakan kunci dalam industri kuliner, dimana limbah proses bahan baku maupun limbah sisa makanan memerlukan pemantauan khusus untuk menjaga kesehatan lingkungan alam, dan menuju pertumbuhan yang berkelanjutan. Carayannis & Campbell, (2010) menyatakan bahwa quintuple helix mendukung terciptanya solusi win-win antara ahli ekologi, sains dan inovasi.

Lingkungan bisnis yang berubah begitu cepat membutuhkan kreativitas dan inovasi agar dapat merespon kebutuhan konsumen sehingga industri mampu bersaing dan bertahan dalam persaingan yang begitu ketat (Ahman et al., 2020). Kreativitas telah diakui sebagai faktor penting dalam pengembangan inovasi perusahaan. Industri kreatif merasa lebih sulit untuk mengembangkan aktivitas kreatif dan mencapai inovasi, sehingga mempengaruhi daya saing mereka. Kemampuan kreativitas dan inovasi dipengaruhi oleh hubungan industri dengan berbagai *stakeholder* yang dapat memberikan kontribusi bagi proses pengembangan kreativitas dan kemampuan inovasi (Pollok et al., 2019). Makanyeza et al., (2022), mengatakan bahwa dukungan pemerintah dan kebijakan kelembagaan secara positif mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk berinovasi. Ini menyiratkan bahwa pemerintah nasional maupun daerah dapat dengan sengaja mendorong inovasi di kalangan UKM dengan mendukung dan merancang kebijakan kelembagaan yang kondusif. Sementara Wang, (2018) berpendapat bahwa jaringan eksternal perusahaan dan kolaborasi dengan organisasi seperti perguruan tinggi, lembaga penelitian, dan perusahaan lain dapat menawarkan input kunci untuk membangun kreativitas dan kapasitas inovasinya dan pada akhirnya akan berdampak terhadap kemampuan bersaing.

KESIMPULAN

Quintuple helix (intelektual, pemerintah, bisnis, masyarakat dan alam) memiliki peran besar dalam mengembangkan kreativitas, serta mampu meningkatkan kemampuan inovasi para pelaku industri kreatif. Diperlukan sinergi dari kelima aktor tersebut agar masing-masing aktor dapat melakukan perannya dalam mendorong tumbuhnya industri kreatif. Penelitian ini berfokus pada industri

kreatif sektor kuliner di kota tangerang selatan. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi: quintuple helix (intelektual, pemerintah, bisnis, masyarakat dan alam), kreativitas, kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam menentukan jumlah sampel yang diteliti. Sample yang terlibat dalam penelitian ini masih kecil yaitu 135 responden, padahal jumlah industri kreatif sektor kuliner di tangerang selatan sangat banyak.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memilih objek penelitian yang lebih luas, serta menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing atau kinerja industri kreatif. Peneliti juga dapat memberikan perhatian pada sub sektor industri kreatif lainnya seperti subsektor desain komunikasi visual yang masih belum banyak perhatian dari peneliti, sehingga hasil yang diperoleh akan lebih bervariasi dalam pengembangan industri kreatif secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdin, Z., Prabantariksob, R. M., Fahmy, E., & Farhan, A. (2022). A strategy for reducing skills gap for the game development sector of the Indonesian creative industries. *Analysis of the Efficiency of Insurance Companies in Indonesia*, 11(2022), 105–112. <https://doi.org/10.5267/dsl.2022.10.003>
- Ahman, E., Machmud, A., & Nur, R. (2020). *Model of The Competitive Advantage of Creative Industries in Indonesia based on Helix Quadruple , Creativity and Innovation Capability*. 11(8).
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
- Andres, L., & Round, J. (2015). The creative economy in a context of transition: A review of the mechanisms of micro-resilience. *Cities*, 45, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.02.003>
- Ávila, M. M. (2021). *Competitive Advantage and Knowledge Absorptive Capacity: the Mediating Role of Innovative Capability*. 2003.
- Bulut, C., Kaya, T., Mehta, A. M., & Danish, R. Q. (2022). Linking incremental and radical creativity to product and process innovation with organisational knowledge. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 33(4), 763–784. <https://doi.org/10.1108/JMTM-01-2021-0037>
- Carayannis, E. G., Barth, T. D., & Campbell, D. F. (2012). The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(1), 2. <https://doi.org/10.1186/2192-5372-1-2>
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2010). Triple helix, Quadruple helix and Quintuple helix and how do Knowledge, Innovation and the Environment relate to Each other? a proposed framework for a trans-disciplinary analysis of sustainable development and social ecology. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*, 1(1), 41–69. <https://doi.org/10.4018/jsesd.2010010105>
- Carayannis, E. G., Grigoroudis, E., Campbell, D. F. J., Meissner, D., & Stamati, D.

- (2018). The ecosystem as helix: an exploratory theory-building study of regional co-opetitive entrepreneurial ecosystems as Quadruple/Quintuple Helix Innovation Models. *R and D Management*, 48(1), 148–162. <https://doi.org/10.1111/radm.12300>
- Carayannis, E. G., & Rakhmatullin, R. (2014). The Quadruple/Quintuple Innovation Helixes and Smart Specialisation Strategies for Sustainable and Inclusive Growth in Europe and Beyond. *Journal of the Knowledge Economy*, 5(2), 212–239. <https://doi.org/10.1007/s13132-014-0185-8>
- Che Arshad, N., & Irijanto, T. T. (2022). The creative industries effects on economic performance in the time of pandemic. *International Journal of Ethics and Systems*. <https://doi.org/10.1108/IJOES-10-2021-0199>
- Dzisah, J., & Etzkowitz, H. (2008). Triple helix circulation: the heart of innovation and development. *International Journal of Technology Management and Sustainable Development*, 7(2), 101–115. https://doi.org/10.1386/ijtm.7.2.101_1
- Elidemir, S. N., & Ozturen, A. (2020). *Innovative Behaviors , Employee Creativity , and Sustainable Competitive Advantage : A Moderated Mediation*.
- Fahmi, F. Z., McCann, P., & Koster, S. (2017). Creative economy policy in developing countries: The case of Indonesia. *Urban Studies*, 54(6), 1367–1384. <https://doi.org/10.1177/0042098015620529>
- Gasparin, M., & Quinn, M. (2021). The INCITE model of policy development for the creative industries: the case of Vietnam. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(1), 31–46. <https://doi.org/10.1108/JABES-12-2019-0125>
- Gouvea, R., Kapelianis, D., Montoya, M. J. R., & Vora, G. (2021). The creative economy, innovation and entrepreneurship: an empirical examination. *Creative Industries Journal*, 14(1), 23–62. <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1744215>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*.
- Hair, J. F. (2011). *Multivariate Data Analysis: An Overview* BT - *International Encyclopedia of Statistical Science* (M. Lovric (ed.); pp. 904–907). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04898-2_395
- Han, J. (2017). Technology commercialization through sustainable knowledge sharing from university-industry collaborations, with a focus on patent propensity. *Sustainability (Switzerland)*, 9(10). <https://doi.org/10.3390/su9101808>
- Harwiki, W., & Malet, C. (2020). *Quintuple helix and innovation on performance of SMEs within ability of SMEs as a mediator variable : A comparative study of creative industry in Indonesia and Spain*. 10, 1389–1400. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.018>
- Hernández-Trasobares, A., & Murillo-Luna, J. L. (2020). The effect of triple helix cooperation on business innovation: The case of Spain. *Technological Forecasting and Social Change*, 161(August), 120296. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120296>
- Jang, H., Lee, K., & Yoon, B. (2017). Development Of An Open Innovation Model For R&D Collaboration Between Large Firms And Small-Medium Enterprises (Smes) In Manufacturing INDUSTRIES. *International Journal of Innovation Management*, 21(1). <https://doi.org/10.1142/S1363919617500025>
- Jones, J., & Corral de Zubielqui, G. (2017). Doing well by doing good: A study of university-industry interactions, innovationess and firm performance in

- sustainability-oriented Australian SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 262–270. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.07.036>
- Kemenko Bidang Perekonomian, R. I. (2021). *Industri Kreatif dan Digital: Kembangkan Potensi, Gerakkan Ekonomi, dan Ciptakan Lapangan Kerja*. 1–2. www.ekon.go.id
- Lazzeretti, L., Capone, F., & Innocenti, N. (2017). Exploring the intellectual structure of creative economy research and local economic development: a co-citation analysis. *European Planning Studies*, 25(10), 1693–1713. <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1337728>
- Machmud, A., & Sumawidjaja, R. N. (2020). The Impact Of Entrepreneurial Competencies On Creative Industry Performance In Indonesia. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 16(6), 316–323. <https://doi.org/10.37394/232015.2020.16.33>
- Makanyeza, C., Mabenge, B. K., & Ngorora-Madzimure, G. P. K. (2022). Factors influencing small and medium enterprises' innovativeness: Evidence from manufacturing companies in Harare, Zimbabwe. In *Global Business and Organizational Excellence*. <https://doi.org/10.1002/joe.22180>
- Mazilu, S., Incaltarau, C., & Kourtiti, K. (2020). The creative economy through the lens of urban resilience. An analysis of Romanian cities. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 16(59), 77–103. <https://doi.org/10.24193/tras.59E.5>
- Nguyen, P. V., Thi, H., Huynh, N., Nguyen, L., Lam, H., & Bao, T. (2021). Heliyon The impact of entrepreneurial leadership on SMEs ' performance : the mediating effects of organizational factors. *Heliyon*, 7(June), e07326. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07326>
- Nursiah, F. (2020). Penerapan Konsep Quadruple Helix untuk mengembangkan Kreatifitas dan Inovasi Industri MICE. *Researchgate.Net*, April. https://www.researchgate.net/profile/Nursiah_Fitri/publication/340794371_Penerapan_Konsep_Quadruple_Helix_untuk_mengembangkan_Kreatifitas_dan_Inovasi_Industri_MICE_Nursiah_Fitri/links/5e9e366a4585150839ef3cc2/Penerapan-Konsep-Quadruple-Helix-untuk-mengemb
- Otache, I., Usang, O., & Usang, E. (2022). *Innovation capability and SME performance in times of economic crisis : does government support moderate ?* 76–88. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-08-2021-0362>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, Pub. L. No. 72, Sekretariat Negara (2015).
- Pollok, P., Lüttgens, D., & Piller, F. T. (2019). How Firms Develop Capabilities for Crowdsourcing to Increase Open Innovation Performance: The Interplay between Organizational Roles and Knowledge Processes. *Journal of Product Innovation Management*, 36(4), 412–441. <https://doi.org/10.1111/jpim.12485>
- Praswati, A. N. (2017). Perkembangan Model Helix Dalam Peningkatan Inovasi. *Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis : Perkembangan Konsep Dan Riset E-Business Di Indonesia*, 690–705.
- Setiawan, S. (2018). Prospects and Competitiveness in Creative Economy: Evidence from Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 7(2), 47–56. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v7i2.888>
- Setyaningrum, R. P., & Muafi, M. (2022). The effect of creativity and innovative

- behavior on competitive advantage in womenpreneur. *SA Journal of Human Resource Management*, 20, 1–9. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v20i0.2069>
- Setyanti, S. W. L. H. (2018). Peran Quadruple Helix Untuk Meningkatkan Kreativitas dan Kinerja Inovasi Industri Kreatif Indonesia. *UNEJ E-Proceeding*, 244–251.
- Štreimikienė, D., & Kačerauskas, T. (2020). The creative economy and sustainable development: The Baltic States. *Sustainable Development*, 28(6), 1632–1641. <https://doi.org/10.1002/sd.2111>
- Sung, T. K. (2015). The creative economy in global competition. *Technological Forecasting and Social Change*, 96, 89–91. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.003>
- Toole, T. M., Hallowell, M., & Chinowsky, P. (2013). A tool for enhancing innovation in construction organizations. *Engineering Project Organization Journal*, 3(1), 32–50. <https://doi.org/10.1080/21573727.2012.717531>
- Villegas-Mateos, A. (2023). Toward a Sustainable Entrepreneurial Ecosystem in Qatar. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/su15010127>
- Wang, J. (2018). Innovation and government intervention: A comparison of Singapore and Hong Kong. *Research Policy*, 47(2), 399–412. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.12.008>