

QUADRUPLE HELIX AS A DEVELOPMENT INDUSTRY MODEL OF BATIK TULIS LASEM REMBANG REGENCY

Muhammad Tahwin *)

Anik Nurhidayati *)

Dian Ayu Liana Dewi *)

Abstract

This study aims to formulate the Quadruple Helix model in developing the Lasem Batik Tulis industry. The object of research is the Lasem Batik Industry, Rembang Regency. Methods of data collection used questionnaires and interviews. The sampling technique used purposive sampling. Data analysis used SWOT analysis and the Quadruple Helix concept. The results show that the formulation of the right combination of SWOT matrix strategies as an effort to develop the Batik Tulis Lasem industry is the Strengths Opportunities (SO) strategy as many as 10 strategies, namely: (1) Implementation of regulations for the preservation of Batik Tulis Lasem, policies and business empowerment of Batik Tulis Lasem, (2) Optimization of studies and research to support product, service and managerial creativity, (3) Improvement and facilitation of batik lover events, (4) Improving the quality of exhibitions for all batik entrepreneurs who already have new names and businesses, (5) Update designs and follow development of modes to compete with other products, (6) Improving the quality of facilities and services, (7) Utilizing loan facilities for business development, (8) Maintaining product quality, (9) Optimizing training and mentoring programs (10) Increasing the role of the Government in strengthening batik cooperatives and clusters. Furthermore, the 10 strategies are described in the Quadruple Helix model scheme for the Development of the Lasem Batik Handicraft Industry.

Keywords: *Development, SWOT Analysis, Quadruple Helix Model.*

Pendahuluan

Era globalisasi berdampak pada perubahan paradigma dalam industri, dari era

*) *STIE YPPI Rembang*

industrialisasi ke era informasi, dan saat ini era industri kreatif muncul. Salah satu industri kreatif adalah industri Batik. Permasalahan yang dihadapi industri kreatif saat ini yaitu lemahnya kemampuan sumber daya manusia terutama kreativitas dan kapabilitas inovasi. Selanjutnya hasil kajian Pulungan (2016) menunjukkan hambatan industri batik adalah memasarkan dan mengakses sumber ekonomi.

Kondisi yang sama juga terjadi di Kabupaten Rembang. Batik Tulis Lasem sebagai industri kreatif merupakan salah satu produk unggulan Kabupaten Rembang. Perkembangan industri Batik Tulis Lasem saat ini belum sesuai harapan terlihat dari jumlah unit usaha yang mengalami penurunan yaitu pada tahun 2017 terdapat 120 usaha menjadi 102 unit usaha pada tahun 2020 (Dinindagkop UKM, 2020). Selanjutnya penelitian Tahwin dan Widodo (2020) menemukan beberapa kelemahan dari industri Batik Tulis Lasem adalah pemanfaatan teknologi informasi untuk media pemasaran masih terbatas, keikutsertaan dalam pameran terbatas pada beberapa pengusaha serta bantuan/hibah dari pemerintah belum merata. Oleh karena itu pengusaha Batik Tulis Lasem harus mampu mengubah paradigma usahanya menjadi kewirausahaan dengan mengedepankan kreativitas dan inovasi.

Salah satu pendekatan berkaitan dengan kreativitas dan inovasi adalah konsep *Quadruple Helix*. Konsep *Quadruple Helix* merupakan pengembangan *Triple Helix* dengan mengintegrasikan *civil society* serta mengintegrasikan inovasi dan pengetahuan (Oscar dan Thomshon, 2010). Konsep *Quadruple Helix* mengintegrasikan peran akademisi, pengusaha, pemerintah dan masyarakat ke dalam aktivitas kreativitas dan pengetahuan. Penelitian tentang pengaruh dukungan pemerintah, universitas dalam transfer kreativitas juga telah dilakukan oleh Xiaobo (2013), Ranga & Etzkowitz (2013) yang menjelaskan kreativitas lahir melalui keterlibatan intelektual, *business*, masyarakat dan pemerintah.

Selanjutnya Sopacua dan Primandaru (2020) menjelaskan salah satu konsep dalam pengembangan inovasi, adalah *Quadruple Helix* yang menekankan kolaborasi dari empat sektor yaitu pemerintah, akademisi, kelompok masyarakat dan bisnis. *Quadruple Helix* diharapkan dapat memperkuat industri Batik Tulis Lasem dalam persaingan pasar, karena memiliki sinergi antara pemerintah, akademisi, masyarakat, dan bisnis. Pertumbuhan industri Batik Tulis Lasem sebagai industri kreatif masih membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu kajian ini sangat penting dilakukan untuk merumuskan model *Quadruple Helix* bagi pengembangan Batik Tulis Lasem.

Tinjauan Pustaka

Industri Kreatif Batik

Industri kreatif dapat diartikan sebagai industri yang unsur utamanya adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui kreasi intelektual (Setyanti, 2018). Batik tulis merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang sangat potensial untuk dikembangkan karena memiliki potensi pasar yang luas dan mampu menyerap banyak tenaga kerja. Definisi batik tulis menurut Soemarjadi et al. dalam Sopacua dan Primandaru (2020) adalah batik yang dibuat dengan cara menerakan malam pada motif yang telah dirancang dengan menggunakan canting.

Pengembangan Industri Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan proses yang mencoba meningkatkan kemampuan sumberdaya manusia untuk menciptakan produk unggulan yang lebih baik, pencarian pasar, alih pengetahuan dan teknologi, serta pembinaan industri kecil dan kegiatan usaha pada skala lokal (Fitriana, et al, dalam Sopacua dan Primandaru, 2020). Adapun pengembangan industri merupakan upaya dengan melakukan pemberian bantuan baik yang berupa materiil maupun non materiil dengan tujuan untuk menjadikannya lebih baik dari sebelumnya dengan mengolah sesuatu bahan yang mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi

Quadruple Helix Sebagai Model Pengembangan

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). Dewi dalam Setyanti (2018) menjelaskan bahwa dukungan kerja sama dan interaksi antara akademisi, pebisnis, pemerintah dan masyarakat merupakan penggerak lahirnya kreativitas, ide, pengetahuan serta inovasi.

1. Pemerintah

Pemerintah berperan dalam membuat regulasi untuk ketiga *stakeholders* lainnya (Pulungan, 2016). Tujuannya, untuk menciptakan iklim ekonomi kreatif yang kondusif.

2. Masyarakat

Masyarakat merespons kebijakan ekonomi kreatif yang dibutuhkan oleh pasar secara dinamis, sehingga fungsi masyarakat di lapangan berperan sebagai bapak asuh atau mitra

komunitas ekonomi kreatif.

3. Akademisi

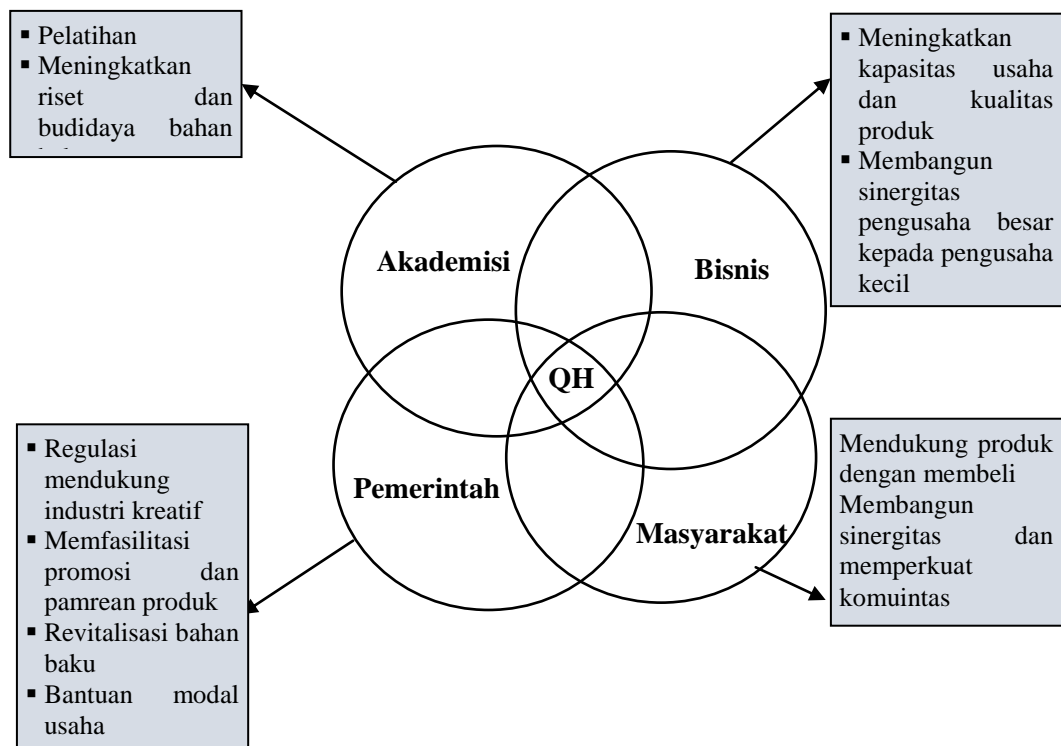
Akademisi sebagai pendukung tumbuhnya kreativitas sangat memegang peran penting karena akademisi memainkan peran penting dalam pengembangan kreativitas dan inovasi dan melakukan transfer ilmu dan pengetahuan.

4. Pengusaha/Bisnis

Pengusaha sebagai aktor utama pelaku ekonomi kreatif bersinergi dengan pihak *stakeholders* (pemerintah, swasta, dan akademisi) untuk meningkatkan kualitas produk, keterampilan, pemasaran, dan jaringan.

Dengan demikian model *Quadruple Helix* merupakan konsep kolaborasi antara perguruan tinggi, bisnis, pemerintah dan masyarakat sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 1.

Gambar 1. *Quadruple Helix* Pada Industri Kreatif



Sumber: Setyanti (2018), dimodifikasi.

Metode Penelitian

Definisi Konsep

1. Kreativitas merupakan kemampuan mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Indikator kreativitas adalah: keorisinilan ide, keunikan ide, variasi ide serta keluasan ide (Fitri, 2020).
2. Kapabilitas inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Indikator kapabilitas inovasi adalah: inovasi teknologi, inovasi produk, inovasi pasar serta inovasi pelayanan (Fitri, 2020).
3. *Quadruple Helix* merupakan sinergi antara pemerintah, akademisi, masyarakat dan pengusaha sebagai penggerak lahirnya kreativitas, dan kemampuan inovasi bagi berkembangnya industri (Fitri, 2020). Adapun indikator dari masing-masing aktor dalam *Quadruple Helix* adalah (Khusniyah, 2020):
 - a. Pemerintah dengan indikator: regulasi mendukung industri kreatif, fasilitasi pemasaran, revitalisasi bahan baku, bantuan modal usaha.
 - b. Akademisi dengan indikator: pendampingan, pelatihan, jejaring serta riset.
 - c. Masyarakat dengan indikator: mendukung produk dengan membeli, membangun sinergitas dan memperkuat komunitas.
 - d. *Business* dengan indikator: lapangan pekerjaan, iklim bisnis, meningkatkan kapasitas dan kualitas produk serta membangun sinergitas antar pengusaha.

Teknik Pengumpulan

Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui kuisioner (secara *online-google form*) serta wawancara dengan pihak terkait.

Populasi dan Sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha Batik Tulis Lasem. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, sehingga terpilih 54 pengusaha Batik Tulis Lasem sebagai sampel. Sebagai responden dalam penelitian ini adalah Dinindagkop UKM Kab. Rembang, masyarakat sekitar, serta Perguruan tinggi.

Analisis Data

Metode analisis data menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity,*

Threath). Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Menurut Rangkuti (2008) analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan berbagai strategi. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

Model Pengembangan Industri Quadruple Helix

Berdasarkan hasil strategi Matrik SWOT dilakukan perancangan model *Quadruple Helix* pengembangan industri kreatif yang akan diaplikasikan oleh pelaku UKM untuk meningkatkan perkembangan industri Batik Tulis Lasem.

Hasil dan Pembahasan

Penyusunan Tabel Faktor Strategi

Penyusunan tabel faktor strategi *internal strategic factors analysis summary* (IFAS) dan *eksternal strategic factors analysis summary* (EFAS) berdasar pada faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi dengan memberi bobot dan rating. Faktor strategi internal adalah sebagaimana pada Tabel 1.

Tabel 1. Faktor Strategi Internal

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Mempunyai kreativitas menangkap peluang untuk mengembangkan usaha.	0.07	4	0.28
Dapat mengikuti perkembangan jaman.	0.07	4	0.28
Melakukan inovasi produk dengan membuat motif baru serta memadukannya dengan motif lama.	0.07	4	0.28
Melakukan inovasi pasar dengan mencari pasar baru, menambah pelanggan baru serta melakukan kegiatan promosi.	0.07	4	0.28
Melakukan inovasi pelayanan untuk meningkatkan penjualan.	0.07	4	0.28
Produk bervariasi	0.07	4	0.28
Kualitas produk terjaga/terjamin	0.07	4	0.28
Adanya komunikasi yang baik antar pengusaha Batik Tulis Lasem	0.06	3	0.18
Sub Jumlah	0.55		2.14
Kelemahan			
Sebagian besar pengusaha belum memanfaatkan perkembangan teknologi dalam mendukung kegiatan produksinya.	0.07	1	0.07
Sebagian besar pengusaha belum merasakan upaya dari Pemerintah Kabupaten Rembang dalam memenuhi ketersediaan dan kebutuhan bahan baku.	0.07	1	0.07
Sebagian besar pengusaha belum menerima bantuan pendanaan/kredit dari Pemerintah.	0.06	1	0.06
Masih banyak pengusaha yang belum mengikuti program	0.07	1	0.07

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
pendampingan yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi.			
Masih banyak pengusaha yang belum mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh perguruan tinggi.	0.06	2	0.12
Sebagian besar pengusaha belum tahu dan belum merasakan manfaat jaringan yang dibentuk oleh perguruan tinggi.	0.06	2	0.12
Sebagian besar pengusaha belum merasakan manfaat hasil penelitian dari perguruan tinggi.	0.06	2	0.12
Sub Jumlah	0.45		0.63
Jumlah	1		2.77

Sumber: data primer, diolah 2021

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan nilai kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan, yaitu dengan skor sebesar 2,14 lebih besar dibanding 0,63. Setelah faktor-faktor strategis internal teridentifikasi maka untuk dapat memperoleh formulasi strategi yang tepat juga harus diidentifikasi faktor-faktor strategis eksternalnya sebagaimana Tabel 2.

Tabel 2. Faktor Strategi Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Adanya kesempatan berpartisipasi pengusaha Batik Tulis lasem dalam penyusunan kebijakan tentang Batik.	0.09	4	0.36
Adanya program pameran oleh Pemerintah Kabupaten Rembang untuk mengembangkan industri Batik Tulis Lasem	0.08	3	0.24
Adanya dukungan masyarakat terhadap industri Batik Tulis Lasem melalui berbagai kegiatan/event yang berkaitan dengan Batik Tulis Lasem.	0.07	2	0.14
Adanya Surat Edaran Bupati Rembang tentang pemakaian Batik Tulis Lasem.	0.09	4	0.36
Adanya program pemberdayaan Koperasi Batik Tulis Lasem oleh Pemerintah Kabupaten Rembang.	0.08	3	0.24
Adanya KUR dan bantuan Usaha Mikro dari Pemerintah Kabupaten Rembang	0.07	2	0.14
Adanya program pendampingan oleh perguruan tinggi.	0.08	3	0.24
Adanya program Pelatihan oleh perguruan tinggi.	0.07	2	0.14
Adanya upaya meningkatkan jaringan oleh perguruan tinggi.	0.07	2	0.14
Adanya riset perguruan tinggi	0.07	2	0.14
Sub Jumlah	0.77		2.14
Ancaman			
Banyak muncul usaha Batik Tulis Lasem	0.08	2	0.16
Tingkat persaingan yang ketat	0.08	2	0.16
Adanya kesulitan memperoleh tenaga kerja terampil.	0.07	3	0.21
Sub Jumlah	0.23		0.53
Jumlah	1		2.67

Sumber: data primer, diolah 2021

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan nilai peluang lebih besar dibandingkan dengan ancaman yaitu dengan skor sebesar 2,14 lebih besar dibanding 0,53. Adapun total IFAS sebesar 2,77 (Tabel 1) dan total EFAS sebesar 2,67 (Tabel 2), artinya EFAS lebih kecil dari IFAS. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan faktor eksternal memiliki nilai strategi yang lebih rendah.

Menentukan Alternatif Strategi Matrik SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threath)

Hasil identifikasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada IFAS dan EFAS industri Batik Tulis Lasem merupakan dasar untuk menyusun alternatif strategi pengembangan pada matrik SWOT. Adapun matrik SWOT untuk industri Batik Tulis Lasem adalah sebagaimana Tabel 3.

Tabel 3. Matrik SWOT Industri Batik Tulis Lasem

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai kreativitas menangkap peluang untuk mengembangkan usaha. 2. Dapat mengikuti perkembangan jaman. 3. Melakukan inovasi produk dengan membuat motif baru serta memadukannya dengan motif lama. 4. Melakukan inovasi pasar dengan mencari pasar baru, menambah pelanggan baru serta melakukan kegiatan promosi. 5. Melakukan inovasi pelayanan untuk meningkatkan penjualan. 6. Produk bervariasi 7. Kualitas produk terjaga/terjamin 8. Adanya komunikasi yang baik antar pengusaha Batik Tulis Lasem. 	<p>Kelemahan (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagian besar pengusaha belum memanfaatkan perkembangan teknologi dalam mendukung kegiatan produksinya. 2. Sebagian besar pengusaha belum merasakan upaya dari Pemerintah Kabupaten Rembang dalam memenuhi ketersediaan dan kebutuhan bahan baku. 3. Sebagian besar pengusaha belum menerima bantuan pendanaan/kredit dari Pemerintah. 4. Masih banyak pengusaha yang belum mengikuti program pendampingan yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi. 5. Masih banyak pengusaha yang belum mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh perguruan tinggi. 6. Sebagian besar pengusaha belum tahu dan belum merasakan manfaat jaringan yang dibentuk oleh perguruan tinggi. 7. Sebagian besar pengusaha belum merasakan manfaat hasil penelitian dari perguruan tinggi.
<p>Faktor Eksternal</p> <p>Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kesempatan berpartisipasi pengusaha Batik Tulis lasem dalam penyusunan kebijakan tentang Batik. 2. Adanya program pameran oleh Pemerintah Kabupaten Rembang untuk mengembangkan industri Batik Tulis 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementasi regulasi pelestarian Batik Tulis Lasem, kebijakan maupun pemberdayaan usaha Batik Tulis Lasem (S1, O1, O4) 2. Optimalisasi kajian dan riset mendukung kreatifitas produk, layanan maupun manajerial (S3, O10) 3. Peningkatan dan fasilitasi event-event pecinta batik (S8, O3, O9) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Optimalisasi kerjasama dengan pemerintah daerah (O1, O2, O4, O5, O6, W2, W3) 2. Riset pasar untuk mengetahui selera konsumen (O10,W7,) 3. Optimalisasi jaringan untuk perluasan pasar (O3, O9, W6) 4. Optimalisasi program pembinaan/pelatihan untuk melakukan inovasi (O7, O8,

<p>Lasem</p> <p>3. Adanya dukungan masyarakat terhadap industri Batik Tulis Lasem melalui berbagai kegiatan/event yang berkaitan dengan Batik Tulis Lasem.</p> <p>4. Adanya Surat Edaran Bupati Rembang tentang pemakaian Batik Tulis Lasem.</p> <p>5. Adanya program pemberdayaan Koperasi Batik Tulis Lasem oleh Pemerintah Kabupaten Rembang.</p> <p>6. Adanya KUR dan bantuan Usaha Mikro dari Pemerintah Kabupaten Rembang</p> <p>7. Adanya program pendampingan oleh perguruan tinggi.</p> <p>8. Adanya program Pelatihan oleh perguruan tinggi.</p> <p>9. Adanya upaya meningkatkan jaringan oleh perguruan tinggi.</p> <p>10. Adanya riset perguruan tinggi.</p>	<p>4. Peningkatan kualitas pameran untuk semua pengusaha batik yang sudah punya nama serta usaha yang baru (S4, O2)</p> <p>5. Update desain dan mengikuti perkembangan mode untuk bersaing dengan produk lain (S2, S6,O8)</p> <p>6. Peningkatan kualitas fasilitas dan pelayanan.(S5, O3, O4)</p> <p>7. Pemanfaatan fasilitas pinjaman untuk pengembangan usaha (S1, O6)</p> <p>8. Pertahankan kualitas produk (S7, O4)</p> <p>9. Optimalisasi program pelatihan dan pendampingan (S1, S2, S3, S4, O7, O8)</p> <p>10. Peningkatan peran Pemerintah dalam penguatan koperasi dan klaster batik (S1, S8, O5)</p>	<p>W1, W4, W5)</p>
<p>Ancaman (Treaths)</p> <p>1. Banyak muncul usaha Batik Tulis Lasem</p> <p>2. Tingkat persaingan yang ketat</p> <p>3. Adanya kesulitan memperoleh tenaga kerja terampil.</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Optimalisasi pelatihan generasi muda agar mempunyai skill sebagai pengganti generasi tua (S7, T3)</p> <p>2. Pemasaran intensif dan konsisten berbasis teknologi informasi (S1, S2, S4, W1, W2)</p> <p>3. Peningkatan kualitas dan kuantitas jaringan kerja sama dan kemitraan (S8, W1, W2)</p> <p>4. Optimalisasi pemanfaatan teknologi untuk produksi dan pelayanan (S3, S5, S6, W1, W2)</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Peran serta aktif dalam pelatihan untuk pengembangan usaha (W1, W5, T1, T2,T3)</p> <p>2. Kerjasama dengan pemasok (W2, W6, T1,T2)</p> <p>3. Inovasi desain, motif dan corak yang menarik (W7, T1,T2)</p> <p>4. Fasilitasi akses modal ke lembaga perbankan (W3, W4, T1,T2)</p>

Berdasarkan matrik SWOT maka dapat disusun rumusan kombinasi strategi pengembangan industri Batik Tulis Lasem sebagaimana Tabel 3.

Tabel. 4. Rumusan Kombinasi Strategi Matrik SWOT

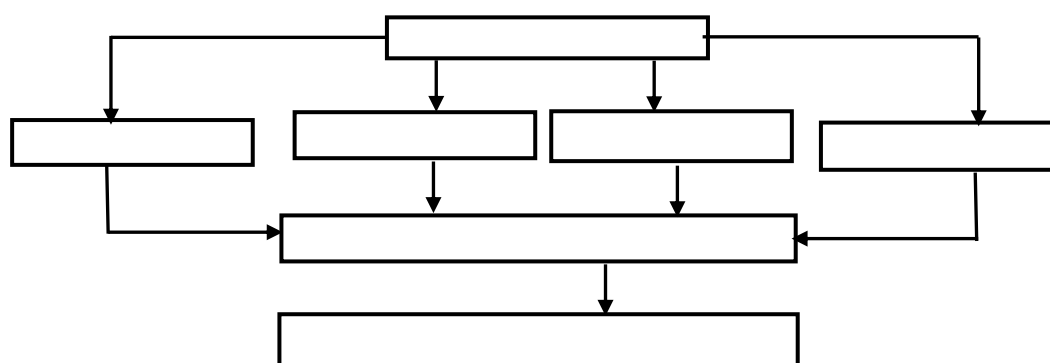
	IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
EFAS			
OPPORTUNITY (O)		STRATEGI SO = 2,14 + 2,14 = 4,28	STRATEGI WO = 0,45 + 2,14 = 2,59
TREATH (T)		STRATEGI ST = 2,14 + 0,53 = 2,67	STRATEGI WT = 0,45 + 0,53 = 0,98

Berdasar Tabel 4, menunjukkan skor terbesar pada strategi *Strenghts Opportunities* (SO) sebesar 4,28, strategi *Weaknesses Opportunities* (WO) sebesar 2,59, strategi *Strenghts Threats* (ST) sebesar 2,67, dan strategi *Weaknesses Threats* (WT) sebesar 0,98. Dengan demikian strategi yang tepat dalam upaya pengembangan industri Batik Tulis Lasem adalah strategi SO.

Model Quadruple Helix Industri Batik Tulis Lasem.

Adapun untuk merumuskan model pengembangan usaha pada industri Batik Tulis Lasem ini, mengadopsi skema *Quadruple Helix* dari Ghozali (2017). Berdasarkan rumusan kombinasi strategi Matrik SWOT maka strategi yang tepat untuk pengembangan industri Batik Tulis Lasem adalah strategi S-O yang terdiri dari delapan strategi. Dimana dari delapan strategi tersebut apabila digambarkan dalam skema model *Quadruple Helix* adalah sebagai berikut:

Gambar 2. Skema Model *Quadruple Helix* Pengembangan Industri Batik Tulis Lasem.



Berdasarkan skema model *Quadruple Helix* sebagaimana Gambar 2, maka dapat jelaskan sebagai berikut :

1. *Quadruple Helix* merupakan pilar untuk mendorong kreatifitas dan inovasi yang merupakan terobosan untuk mengembangkan industri Batik Tulis Lasem.
2. Dalam skema model *Quadruple Helix* ini dibagi menjadi empat pilar yakni, pemerintah, masyarakat, akademisi dan *business*.
3. Pemerintah dalam hal ini adalah Pemerintah Kabupaten Rembang berperan:

- a. Memberikan regulasi berupa implementasi Perbup No 29 tahun 2027 tentang Pelestarian Batik Tulis Lasem.

Implementasi Perbup tersebut dapat dilaksanakan dengan pendokumentasian dan inventarisasi motif Batik Tulis Lasem. Implementasi Perbup tersebut juga sudah ditunjukkan dengan keluarnya Surat Edaran (SE) Bupati Rembang, nomor 060/2793/2018, tentang Penggunaan Pakaian Dinas. Inti dari SE tersebut adalah pemakaian Batik Tulis Lasem (PDH batik Lasem) hari Selasa sampai dengan Sabtu. Dengan tindakan Pemerintah Kabupaten Rembang ini dapat menjadi motivasi masyarakat khususnya masyarakat Rembang untuk turut memakai Batik Tulis Lasem.

- b. Memberikan kebijakan maupun program pemberdayaan bagi pengembangan usaha Batik Tulis Lasem.

Program tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha yang dapat dilakukan dengan bantuan peralatan kerja, pelatihan teknis, permodalan dan promosi pemasaran yang diberikan kepada para pengusaha. Selain itu program pelatihan harus dilaksanakan secara berkesinambungan, sehingga peserta pelatihan dapat mengimplementasikan apada usahanya.

- c. Meningkatkan kualitas pameran untuk semua pengusaha batik yang sudah punya nama serta usaha yang baru.

Beberapa pameran Batik Tulis Lasem sudah diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten antara lain: pameran Tribute To Batik Indonesia ‘The Art Of Rembang’, Rembang Expo serta Festival Kreatif Fest.. Dalam penyelenggaraan pameran, Pemerintah Kabupaten Rembang harus dapat menyentuh semua pengusaha yang sudah maju maupun yang masih merintis. Terakomodasinya semua pengusaha dalam setiap pameran maka pengusaha yang masih merintis mendapat kesempatan untuk mengenalkan produknya.

- d. Meningkatkan peran dalam penguatan koperasi dan klaster batik

Dalam hal ini, pemerintah bertindak sebagai perantara pembentukan dan operasionalisasi Koperasi dan Klaster. Pendampingan pemerintah berupa bantuan nasehat kebijakan maupun teknis operasional. Segala jenis keputusan akan diambil

melalui kesepakatan bersama dalam rapat-rapat koperasi dan klaster, baik yang menyangkut pengembangan organisasi, arah usaha maupun interaksi dengan *stakeholder* lainnya.

4. Akademisi sangat diperlukan dalam transfer ilmu pengetahuan dan teknologi. Peran tersebut dapat dilakukan dengan mengoptimalkan kajian dan riset untuk mendukung kreatifitas produk, layanan maupun manajerial serta mengoptimalkan program pelatihan dan pendampingan. Peran akademisi ini berkaitan dengan penyumbangan ide kreatif dan hasil riset yang terbaru dan pengembangan sehingga hasil produksi dari batik menjadi inovatif dan menarik. Selain itu dengan melakukan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat untuk melaksanakan hasil dari riset yang telah dilakukan maka mendorong percepatan pengembangan usaha Batik Tulis Lasem
5. Masyarakat sebagai pemakai barang/hasil produksi mendukung perkembangan industri Batik Tulis Lasem dengan meningkatkan kesadaran masyarakat pentingnya menggunakan atau memakai Batik Tulis Lasem dalam event/kegiatan sehari-hari sehingga Batik Tulis semakin dikenal oleh masyarakat luas. Peran tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan dan memberikan fasilitas terhadap event/kegiatan yang dilakukan oleh pecinta batik. Semakin banyak kegiatan yang dilakukan dapat memotivasi pengrajin batik agar terus mengembangkan potensinya sehingga Batik Tulis Lasem semakin dikenal.
6. *Business* berperan menjalankan usahanya dan mengusahakan agar produknya yaitu Batik Tulis Lasem laku dipasaran baik pasar lokal dan internasional. Adapun peran tersebut dapat dilakukan dengan
 - a. *Update* desain dan mengikuti perkembangan mode untuk bersaing dengan produk lain. Hal ini dapat memotivasi pengrajin batik agar terus mengembangkan motif Batik dengan tetap menampilkan karakter khas batik Tulis Lasem. Mengikuti perkembangan mode juga merupakan sarana untuk menumbuhkan rasa cinta dan kebanggaan akan batik pada generasi muda.
 - b. Meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan.
Fasilitas dan pelayanan yang baik akan menciptakan pelanggan loyal yang akan merekomendasikan kepada pihak lain, sehingga menambah pelanggan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan cepat dan tanggap, mendengarkan keluhan pelanggan, bersikap sabar, memberikan solusi terhadap komplain pembeli, serta menjaga kepercayaan pembeli.
 - c. Memanfaatkan fasilitas pinjaman untuk pengembangan usaha

Pemerintah telah memberikan fasilitas pinjaman lunak seperti KUR. Fasilitas ini adalah pinjaman dengan syarat pelunasan ringan, dengan tingkat suku bunga rendah, serta jangka waktu pengembalian yang cukup panjang. Dengan demikian sudah seharusnya pengusaha Batik Tulis Lasem dapat memanfaatkan fasilitas ini untuk pengembangan usaha.

d. Mempertahankan kualitas produk

Pengusaha Batik Tulis Lasem dalam upaya mengembangkan usahanya dan di tengah persaingan harus mempertahankan kualitas produknya. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menjaga kualitas bahan baku kain sampai pada proses produksi yang didalamnya terdapat proses pewarnaan. Kualitas batik tercermin pada ketahanan warnanya. Pelanggan akan merasakan kualitas produk yang baik jika ketahanan warnanya terjaga.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Quadruple Helix merupakan pilar yang mendorong kreatifitas dan inovasi untuk mengembangkan industri Batik Tulis Lasem. Skema model *Quadruple Helix* dibagi menjadi empat pilar yakni, pemerintah, masyarakat, akademisi dan *business*. Pemerintah dalam hal ini adalah Pemerintah Kabupaten Rembang berperan memberikan regulasi, kebijakan maupun program pemberdayaan, meningkatkan kualitas penyelenggaraan pameran serta meningkatkan peran dalam penguatan koperasi dan klaster batik. Akademisi sangat diperlukan dalam transfer ilmu pengetahuan dan teknologi dengan mengoptimalkan kajian dan riset serta mengoptimalkan program pelatihan dan pendampingan. Masyarakat sebagai pemakai barang/hasil produksi harus mendukung perkembangan industri Batik Tulis Lasem dengan meningkatkan kesadaran pentingnya memakai Batik Tulis Lasem dalam event/kegiatan sehari-hari. *Business* berperan menjalankan usaha dan mengusahakan agar produknya laku dipasaran. Peran tersebut dapat dilakukan dengan *update* desain dan mengikuti perkembangan mode, meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan, memanfaatkan fasilitas pinjaman untuk pengembangan usaha serta mempertahankan kualitas produk.

Saran

Untuk pengembangan industri Batik Tulis dengan model *Quadruple Helix* maka Pemerintah, perguruan tinggi, masyarakat dan *business* harus mempunyai komitmen dan secara berkelanjutan bekerja sama dalam melaksanakan program pemberdayaan, pelatihan dan pendampingan terhadap industri Batik Tulis Lasem.

Daftar Pustaka

- David, Fred R. 2011. Manajemen Strategi Edisi Sepuluh. Salemba empat. Jakarta.
- Fitri, Nursiah. 2020. Penerapan Konsep Quadruple Helix Untuk Mengembangkan Kreativitas dan Inovasi Industri MICE. [https://www.researchgate.net › publication](https://www.researchgate.net/publication) (diunduh 25 Juli 2021).
- Ghozali, Dimas M; Ahmad Budi Utomo dan Moh.Toyyib. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Batik di Madura Melalui Human Capital dan Peran Quadruple Helix. Jurnal Kompetensi. Vol. 11.No. 2.Oktober 2017
- 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.
- Kwan HL, William. 2017. Pendekatan Kelompok Usaha Bersama (Kub) Untuk Pengembangan Batik Tulis Lasem Di Kabupaten Rembang. Kanuri. 2017.
- Khusniyah, dan Dwi Apriyanti Kumalasari. 2020. Implementasi Quadruple Helix Untuk Membentuk Creative Entrepreneur Network UMKM Olahan Tahu di Kabupaten Kediri. Jurnal Ekuvalensi. Vol. 6 No. 2 Oktober 2020.
- Lukas, B.A & O.C. Ferrell (2000). The Effect of Market Orientation on Product Innovation, Journal of Academy of Marketing Science, Vol. 28. p. 239-247.
- Mulyana dan Sutapa, 2014. Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion, Jurnal Manajemen Teknologi, Vol. 13, No. 3.
- Marpaung, Muslim; Sugianto dan Ulfa Yolanda. 2021. Model Quadruple Helix dalam Pengembangan UMKM (Studi Kasus Pada Industri Pisang Sale Kutacane Kab. Aceh Tenggara). Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7 (02), 2021.

- Noor, Laila Savitri; Deriawan dan Tia Ichwan. Mencapai Keunggulan Bersaing Melalui Pendekatan Quadruple Helix Pada Industri Kreatif Sektor Fashion di Bogor. *Jurnal Forum Ekonomi*, 21(1). 2019.
- Pulungan, Edrida. 2016. Pengembangan Tenun Ikat Komunitas Kain di Provinsi Nusa Tenggara Timur Melalui Model Quadruple Helix. *Jurnal Aspirasi*, Vol.7. No.2. Desember 2016.
- Rangkuti, F. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- 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.
- Rahman, Amni Zarkasyi dan Diyah Novitasari. 2019. Sustainable Quad Helix Dalam Program Kampung Batik Rejomulyo Di Kota Semarang. *Jurnal DIALOGUE* Vol 1, Nomor 2, Desember 2019.
- Setyanti, Sri Wahyu Lelly Hana. 2018. Peran Quadruple Helix Untuk Meningkatkan Kreatifitas Dan Kinerja Inovasi Industri Kreatif Indonesia. *UNEJ e-Proceeding*, 2018 - jurnal.unej.ac.id.
- Sopacua, Ivana Oktarina dan Noormalita Primandaru. 2020. Implementasi Quadruple Helix Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Kreatif. *WAHANA: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 23No. 2 Agustus 2020.
- Tahwin, Muhammad dan Agus Widodo. 2020. Perancangan Model Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Untuk Mengembangkan Usaha Kecil Menengah. *Fokus Ekonomi* Vol. 15 No.1 Juni 2020
- 2021. Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Matrik Ie Sebagai Upaya Pengembangan Batik Tulis Lasem. Seminar Nasional Hasil Penelitian (SNHP) Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas PGRI Semarang Semarang 2020.
- Oscar. A., S. Monterino., & M. Thomshon. (2010). A Growth Model for the Quadruple Helix Innovation Theory, *Journal of Business Economics and Management*, 13(4), 1-31.
- Xiaobo, W. & V. Sivalogathan, 2013. Intellectual Capital for Innovation Capability : A Conceptual Model for Innovation, *International Journal of Trade and Finance*, 4 (3), 139-144.