

SYNERGY OF THE PENTAHHELIX MODEL TO ESTABLISH RESILIENT SME'S IN FACING NEW NORMAL DURING COVID- 19 PANDEMIC

Putri Puspita Ayu¹, Tika Septiani², Editya Nurdiana³

Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon

puspitaayu12@gmail.com, tikapramana@gmail.com, editya.ugj@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh hasil kegiatan Magang Dosen Industri yang diselenggarakan oleh Kemendikbudristek tahun 2021 di CV. Surya Agung Jaya yang menunjukkan hasil masih kurangnya dukungan dari pemerintah setempat seperti akses jalan dan juga belum optimalnya Kerjasama dengan media untuk memperkenalkan produk Surya Agung Jaya, sehingga peneliti merasa perlunya sebuah sinergitas kelima unsur pentahelix dalam menjaga keberlangsungan UMKM untuk menunjang pertumbuhan ekonomi kabupaten Cirebon. Riset ini bertujuan untuk menganalisis berbagai teori yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah yang berdampak pada keberlangsungan UMKM serta dapat mengimplementasikan strategi kebijakan dalam menunjang keberlangsungan UMKM dengan pendekatan *pentahelix*. Riset ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data dari CV. Surya Agung Jaya baik melalui observasi, wawancara dan telaah dokumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sinergitas pentahelix sudah berjalan dengan baik dalam mengembangkan UMKM di Kabupaten Cirebon khususnya di era pandemic covid 19 dengan mengoptimalkan hubungan networking, komunikasi, koordinasi, dan kolaborasi.

Kata kunci: Pentahelix, UMKM, Kampus Merdeka

Abstract

The background of this research is the results of the Industrial Lecturer Internship activities held by the Ministry of Education and Culture in 2021 at CV. Surya Agung Jaya which shows the results of the lack of support from the local government such as road access and also not optimal collaboration with the media to introduce Surya Agung Jaya products, so researchers feel the need for a synergy of the five pentahelix elements in maintaining the sustainability of MSMEs to support economic growth in Cirebon district. This research aims to analyze various theories related to government policies that have an impact on the sustainability of MSMEs and can implement policy strategies to support the sustainability of MSMEs with the pentahelix approach. This research uses qualitative methods by collecting data from CV. Surya Agung Jaya both through observation, interviews and document review. The results of this study indicate that Pentahelix's synergy has gone well in developing MSMEs in Cirebon Regency, especially during the Covid 19 pandemic era by optimizing networking, communication, coordination and collaboration.

Keywords: Pentahelix, UKM, Merdeka Campus

Synergy of the Pentahelix Model to Establish Resilient Sme's in Facing New Normal During Covid-19 Pandemic

Pendahuluan

Saat ini semua perusahaan sedang berusaha untuk keluar dari krisis yang disebabkan oleh pandemic covid 19. Untuk itu, diperlukan sebuah model dan strategi yang dapat menjaga keberlangsungan suatu usaha. Model dan strategi tersebut harus berpa konsep berkelanjutan sebagai dampak dari perkembangan ilmu pengetahuan dan inovasi dari multidisiplin (Correia, 2019, Hicks et.al, 2016). Selama ini, UMKM hanya menggunakan inovasi tertutup dengan pertimbangan internal perusahaan dan mengesampingkan unsur-unsur external perusahaan. Penggunaan konsep inovasi tertutup mengakibatkan umkm sulit untuk mengembangkan diri. Model yang relevan untuk mendukung keberlangsungan UMKM ialah inovasi terbuka yaitu sebuah konsep yang membutuhkan sinergi antar perusahaan dan stakeholder (Vanhaverbeke, 2013) (Leydesforff, 2016).

Model pentahelix merupakan sinergi dari lima stakeholder, yaitu akademisi, bisnis, pemerintah, media, dan masyarakat. Melalui sinergitas pentahelix, diharapkan menciptakan inovasi yang didukung oleh kolaborasi berbagai sumber daya (Lindmark, Stureson dan Roos, 2009). Unsur Akademisi adalah sumber pengetahuan yang memiliki konsep dan teori sehingga bisnis mendapatkan keunggulan kompetitif yang meningkat dan berkepanjangan. Pemerintah melalu Program Magang Dosen Industri berusaha menjembatani gap antara teori dan praktik yang terjadi di kampus dan dunia Industri. Berdasarkan hasil Magang Dosen dan Industri di CV Surya Agung Jaya tahun 2021, menunjukkan hasil masih kurangnya dukungan dari pemerintah setempat seperti akses jalan dan juga belum optimalnya Kerjasama dengan media untuk memperkenalkan produk Surya Agung Jaya, sehingga peneliti merasa perlunya sebuah sinergitas kelima unsur pentahelix dalam menjaga keberlangsungan UMKM untuk menunjang pertumbuhan ekonomi kabupaten Cirebon. bahwa perlunya sinergitas kelima unsur pentahelix dalam menjaga keberlangsungan UMKM untuk menunjang pertumbuhan ekonomi suatu daerah kabupaten Cirebon. Unsur Bisnis dalam hal ini CV. Surya Agung Jaya adalah perusahaan manufaktur yang memiliki aktivitas produksi converting box yang merupakan salah satu Perusahaan Kena Pajak dan menjadi tumpuan di lingkungan sekitar karena mampu menyerap banyak tenaga kerja. Pemerintah adalah salah satu dari para pemangku kepentingan yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan bisnis. Sementara itu, media adalah pemangku kepentingan yang memiliki lebih banyak informasi untuk mengembangkan bisnis dan memainkan peran yang kuat dalam mempromosikan bisnis. Masyarakat adalah orang-orang yang memiliki perhatian yang sama dan relevan dengan bisnis yang diangkat

Salah satu UKM yang membutuhkan konsep inovasi terbuka melalui model penta helix adalah UKM Surya Agung Jaya, yang merupakan salah satu UKM di Kabupaten Cirebon di bidang converting box, yang hasil produknya digunakan lagi oleh industri seperti industry rotan Cirebon, PT. IKEA, dll. Namun, pada Maret 2020, semua sector terutama bisnis terkena dampak pandemi Corona-19 yang disebabkan oleh Coronavirus 2019. Pembatasan Sosial berskala Besar membuat Pabrik Surya Agung Jaya harus

mengurangi aktivitas produksinya karena Surya Agung Jaya bukan termasuk kedalam sector yang diperbolehkan tetap beroperasi selama PSBB. Hal ini berakibat pada berkurangnya omset perusahaan, dan kesejahteraan karyawan karena perusahaan harus mengurangi jumlah jam kerja buruh. Setelah tidak diberlakukannya lagi PSBB, CV SAI mulai menunjukkan kenaikan omset penjualan, namun belum kembali seperti sebelum terjadi pandemic.

Tujuan riset ini yaitu untuk menganalisis berbagai teori yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah yang berdampak pada keberlangsungan UMKM serta dapat mengimplementasikan strategi kebijakan dalam menunjang keberlangsungan UMKM dengan pendekatan *pentahelix*. Sehingga hasil riset ini diharapkan dapat berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pembaharuan SAP mata kuliah terkait, di lingkungan Universitas Swadaya Gunung Jati yang sesuai dengan kurikulum kampus merdeka. Selain itu hasil riset ini juga diharapkan dapat membuat terciptanya sinergitas kelima unsur *pentahelix* dalam menjaga keberlangsungan UMKM di era pandemic covid- 19.

Penelitian mengenai model *pentahelix* telah beberapa kali di lakukan di Indonesia. Namun sejauh pengamatan peneliti belum ada penelitian yang secara spesifik membahas tentang implementasi model *pentahelix* dalam pengembangan UMKM. Meski demikian ada beberapa hasil penelitian yang relevan dan dapat dijadikan rujukan dalam penelitian ini. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh (Marpaung, 2021) terkait model *quadruple helix* dalam pengembangan UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model *quadruplehelix* belum bisa dilaksanakan dengan maksimal dalam pengembangan pengelola pisang sale di Kabupaten Aceh Tenggara karena belum jelasnya definisi dan konsep pengembangan UMKM pengelola pisang sale dikalangan stakeholders sendiri. Selain itu, masalah regulasi yang belum jelas dan mempunyai payung hukum membuat stakeholders utama yaitu pemerintah daerah ragu dalam menjalankan pengembangan UMKM di daerahnya. Sedangkan dalam konsep *quadruple helix* semua stakeholders berperan aktif dalam konsep negara Indonesia dengan pemerintah daerah sebagai leader.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh (Yunas, 2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa akademisi pada model *pentahelix* berperan sebagai konseptor, sektor swasta berperan sebagai enabler, komunitas berperan sebagai akselerator, pemerintah berperan sebagai regulator sekaligus kontroler dan media berperan sebagai expender.

Dari beberapa riset terdahulu dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM melalui sinergitas unsur *pentahelix* belum optimal, karena kebijakan pemerintah terkait UMKM masih belum tepat sasaran sehingga UMKM kesulitan dalam menjaga keberlangsungan usahanya. Padahal hal ini penting dilakukan karena UMKM merupakan salah satu pilar yang menunjang pertumbuhan ekonomi suatu daerah.

Adapun peran yang bisa dilakukan oleh kelima unsur tersebut adalah Pertama, Pemerintah berperan membuat regulasi. Kedua, Akademisi berperan untuk melakukan market based research, yang hasilnya dapat diusulkan dan diterapkan oleh pemerintah

Synergy of the Pentahelix Model to Establish Resilient Sme's in Facing New Normal During Covid-19 Pandemic

maupun UKM. Akademisi juga dapat melakukan sosialisasi dan transfer knowledge pada masyarakat. Disamping itu akademisi juga merupakan mediator dari kelima unsur pentahelix tersebut, supaya tidak terjadi benturan kepentingan (conflict of interest). Ketiga, Komunitas berperan untuk Menginisiasi perubahan perilaku masyarakat terhadap produk local. Keempat, Media berperan dalam mengkampanyekan kebijakan pemerintah kepada masyarakat dan juga mempromosikan produk local. Kelima, Business/ pelaku usaha berperan untuk melakukan fair trade.

Metode

Peneliti menggunakan metode penelitian jenis kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang sangat memfokuskan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi (Moleong, 2012). Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang berusaha memahami perspektif, pemikiran, dan pengalaman para pemangku kepentingan terkait sinergi stakeholder penta Helix.

Ada pun langkah-langkah dalam melakukan pendekatan fenomenologi adalah sebagai berikut:

1. Menemukan fenomena penelitian.
2. Analisis fenomena
3. Penentuan subjek yang diteliti
4. Pengumpulan data kelengkapan
5. Pembuatan catatan dan dokumentasi
6. Analisis data
7. Penulisan laporan

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu:

1. Observasi
Merupakan suatu cara untuk mendapatkan data atau informasi dengan tanya jawab secara langsung pada pihak yang mengetahui tentang objek yang diteliti. Dalam hal ini adalah pihak atau pegawai Surya Agung Jaya.
2. Wawancara
Wawancara dilakukan oleh peneliti, guna untuk mencari data atau informasi yang digunakan sesuai dengan judul pada penelitian ini (Sugiyono, 2017). Dalam melakukan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara terstruktur yaitu mendapatkan informasi untuk mencapai tujuan penelitian, maka peneliti melakukan tanya jawab dan bertatap muka dengan para stakeholder (Sugiyono, 2017). Adapun responden dalam penelitian ini adalah unsur pentahelix yang meliputi Perangkat desa setempat dan Dinas UKM yang mewakili unsur pemerintah, Manajer dan Karyawan CV. Surya Agung Jaya sebagai pelaku bisnis, media lokal terkait, UMKM yang ada di Kabupaten Cirebon sebagai perwakilan komunitas dan juga dosen FEB-UGJ sebagai perwakilan akademisi.
3. Dokumentasi
Studi dokumen adalah suatu metode pengumpulan data yang digunakan dengan melakukan telaah dokumen yang dimiliki oleh CV. Surya Agung Jaya, Pemerintah terkait dengan regulasi dan statistic UKM di Kabupaten Cirebon.

Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data, kami peroleh menggunakan beberapa Teknik, diantaranya:

1. Observasi

Selama di Industri peneliti melakukan observasi didampingi oleh praktisi industry dan melakukan kegiatan pengamatan di seluruh divisi. Kegiatan pengamatan dimulai dari divisi produksi yang meliputi identifikasi komponen biaya produksi dimulai dari Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja dan juga Biaya Overhead Pabrik. Selanjutnya, peneliti melakukan pengamatan di bidang administrasi saat penerimaan pesanan, untuk mengidentifikasi proses penentuan harga jual dan dealing pesanan. Di bidang produksi, perusahaan tidak mengalami banyak hambatan yang berarti karena merupakan kegiatan rutin operasional sehari-hari. Kendala yang dihadapi perusahaan yaitu bidang perpajakan dan pemasaran.

2. Wawancara

Responden dalam penelitian ini adalah unsur pentahelix yang meliputi Perangkat desa setempat dan Dinas UKM yang mewakili unsur pemerintah, Manajer dan Karyawan CV. Surya Agung Jaya sebagai pelaku bisnis, media lokal terkait, UMKM yang ada di Kabupaten Cirebon sebagai perwakilan komunitas dan juga dosen FEB-UGJ sebagai perwakilan akademisi.

3. Dokumentasi

Studi dokumen adalah suatu metode pengumpulan data yang digunakan dengan melakukan telaah dokumen yang dimiliki oleh CV. Surya Agung Jaya, Pemerintah terkait dengan regulasi dan statistic UKM di Kabupaten Cirebon.

Analisis Data Penelitian

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan, sinergitas pentahelix sangat berperan dalam mendukung keberlangsungan UMKM sehingga diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Cirebon. Adpaun peran dari setiap unsur pentahelix adalah sebagai berikut:

a. Akademisi

Akademisi pada model Pentahelix berperan untuk melakukan transfer knowledge dan juga sebagai mediator dari semua unsur pentahelix. Transfer knowledge yang dilakukan oleh akademisi di CV SAJ berupa peningkatan kompetensi Sumber Daya Manusia dalam bentuk pelatihan pajak. Akademisi dalam hal ini merupakan sumber pengetahuan dengan konsep, teori-teori terbaru dan relevan dengan bisnis yang dikembangkan pelaku UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sehingga peran akademisi disini berbagi informasi dengan pelaku UMKM. Akademisi juga sebagai mediator semua unsur pentahelix. diantaranya, akademisi mengkaji regulasi yang dibuat oleh pemerintah yang dianggap penting dan tepat dalam pengembangan usaha pengelolaan converting box. Kemudian akademisi juga membantu perusahaan dalam memperkenalkan produknya melalui platform digital marketing sebagai produk lokal.

Synergy of the Pentahelix Model to Establish Resilient Sme's in Facing New Normal During Covid-19 Pandemic

b. Pemerintah

Pemerintah pada model Pentahelix berperan sebagai regulator. Pemerintah berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler yang menyusun regulasi praktik usaha meliputi perencanaan, pelaksanaan, pemantauan pengendalian, perizinan lokasi, keuangan, program, Undang-Undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dan dukungan untuk jaringan inovasi

c. Bisnis

Bisnis pada model Pentahelix berperan sebagai enabler. Yang dimaksud dengan enabler dalam penelitian ini adalah pembisnis menjadi stakeholder yang membantu dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Bisnis merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Bisnis berperan sebagai enabler menghadirkan infrastruktur teknologi dan modal, terutama dalam hal ini kebutuhan dari industri. Dengan adanya perubahan ke era digital maka dapat membantu pengembangan industri menjadi lebih efektif, efisien dan produktif. Dalam program pengembangan UMKM yang memiliki peran sebagai bisnis.

d. Komunitas

Komunitas pada model Pentahelix berperan sebagai akselerator. Dalam hal ini komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan bisnis yang berkembang. Bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu UMKM dalam keseluruhan proses dan memperlancar adopsi proses bisnis ke era digital komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan UMKM.

e. Media

Media berperan dalam mengkampanyekan kebijakan pemerintah kepada masyarakat dan juga mempromosikan produk lokal. Di era digital saat ini, media digital dirasa lebih efektif dalam mempromosikan produk lokal di masyarakat karena dapat menjangkau semua lapisan masyarakat yang lebih luas.

Dalam bidang perpajakan, selama ini perusahaan menggunakan jasa konsultan untuk melakukan perhitungan, dan juga pelaporan pajaknya. Dimana penggunaan jasa konsultan tentu membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Sementara di Universitas Swadaya Gunung Jati, kami memiliki pusat studi tax centre yang berada dibawah bimbingan langsung dosen perpajakan dan KPP Pratama Cirebon, sehingga kami menawarkan kepada perusahaan untuk Bersama-sama menyelesaikan permasalahan yang dihadapi perusahaan diawali dengan simulasi perhitungan pajak badan perusahaan selama satu bulan.

Selain dibidang perpajakan, permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan yaitu terkait pemasaran. Karena selama ini pemasaran perusahaan masih konvensional, dan hanya mengandalkan konsumen-konsumen tetap saja. Padahal perusahaan memiliki potensi yang besar dan mampu bersaing dari segi kualitas produk, terbukti dari CV SAJ merupakan supplier tetap bagi PT. Findora yang mengirimkan produknya untuk dijual di IKEA. Namun disayangkan perusahaan belum menggunakan digital marketing untuk

memperluas pasarnya. Sehingga peneliti memberikan rekomendasi agar perusahaan bisa menjadi rekanan pemerintah dengan cara mendaftarkan diri di platform M-Biz sebagai salah satu platform yang bisa masuk ke e-purchase pemerintah.

Sinergitas antar Stakeholder PentaHelix

sinergi merupakan kombinasi atau panduan unsur atau bagian yang dapat menghasilkan keluaran lebih baik dan lebih besar. Jadi sinergi dapat dipahami sebagai operasi gabungan atau perpaduan unsur untuk menghasilkan output yang lebih baik (Najiyati, 2021). Sinergitas dapat terbangun melalui tiga cara yaitu komunikasi, koordinasi dan kolaborasi.

1. Komunikasi

Komunikasi adalah pertukaran informasi, gagasan, pendapat, intruksi yang punya target tertentu yang dihadirkan secara personal maupun impersonal melalui lambang atau sinyal.

2. Koordinasi

Selain komunikasi, sinergitas juga memerlukan koordinasi antara setiap unsur pentahelix. Koordinasi adalah proses pengaturan, memadukan atau pengintegrasian kepentingan bersama untuk mencapai tujuan bersama secara efisien dan efektif.

3. Kolaborasi

kolaborasi adalah kerjasama telah terjalin secara resmi dengan bertukar informasi dengan tujuan saling menguntungkan, mengubah aktivitas, risiko, berbagi sumber daya, tanggung jawab, penghargaan dan meningkatkan kapasitas orang lain untuk tujuan bersama. Selain itu, kolaborasi terdapat komitmen waktu yang ekstensif serta tingkat kepercayaan yang tinggi antar stakeholder.

Berikut adalah sinergitas antar unsur dalam Pentahelix:

a. Pemerintah dengan Akademisi

Pemerintah dengan akademisi perlu meningkatkan jenis hubungan menjadi kolaborasi. Kolaborasi didukung dengan komitmen waktu yang efisien, kepercayaan yang tinggi untuk meningkatkan kapasitas dan saling berbagi risiko. Hal ini diperlukan untuk membantu pemerintah dalam pengembangan program agar berjalan secara optimal. Akademisi sebagai stakeholder yang merupakan sumber pengetahuan dengan teori maupun konsep yang terbaru dan relevan dapat membantu pemerintah bisa berbagi risiko dengan akademisi dan bersama-sama mencari solusi yang tepat untuk menanganinya (Robert L, Mathis, dan Jackson, 2002).

b. Pemerintah dengan Bisnis

Pemerintah dan bisnis perlu menjalin kolaborasi dalam hal bantuan modal, pelatih, fasilitas, dan akses untuk mempermudah proses bisnis. Dengan jenis bantuan seperti ini, diperlukan adanya kolaborasi yang baik antara pemerintah dengan bisnis untuk saling bertanggung jawab sehingga mengerti bantuan apa yang harus diberikan dan sesuai dengan kebutuhan.

c. Pemerintah dan Komunitas

Komunitas yang menaungi para pembisnis dan pemerintah harus memiliki komitmen waktu yang intensif dan kepercayaan yang tinggi. Karena komunitas

Synergy of the Pentahelix Model to Establish Resilient Sme's in Facing New Normal During Covid-19 Pandemic

merupakan unsur yang paling dekat dengan masyarakat yang berada dengan pengelolaan UMKM. Diharapkan mereka dapat menjadi penghubung ideal kepada pemerintah dalam kolaborasi.

d. Akademisi dengan Komunitas

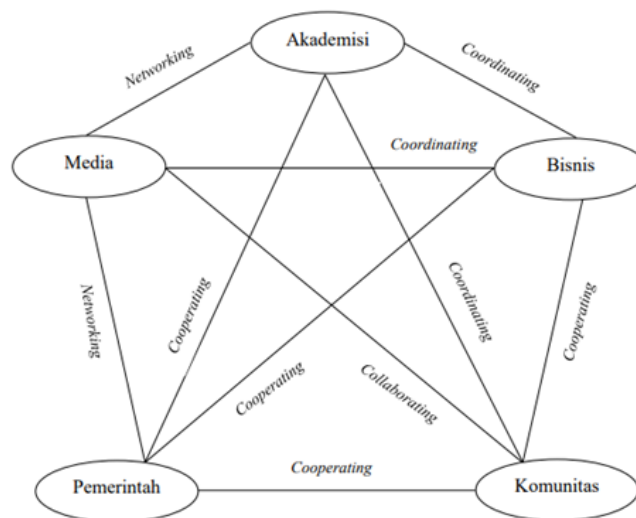
Jenis hubungan antara akademisi dan komunitas adalah koordinasi. Akademisi dan komunitas sesuai dengan peran yang dilakukan masing-masing pihak. Dalam hal ini, akademisi tidak perlu terlalu banyak bersinggungan langsung dengan komunitas, namun tetap harus terjalin hubungan secara formal (saling berbagi sumber daya secara minimal dan komitmen waktu yang sedang) karena komunitas menaungi para pelaku UMKM.

e. Akademisi dan Bisnis

Jenis hubungan antara akademisi dan bisnis adalah networking, maksudnya adalah hubungan terjalin secara informal. Meskipun hubungan terjalin secara informal, saling bertukar informasi tetap diperlukan untuk mengembangkan program bagi pengelola UMKM.

f. Komunitas dengan Bisnis

Komunitas dan bisnis perlu meningkatkan hubungan menjadi kolaborasi karena bisnis merupakan unsur yang berkontribusi dalam memberikan bantuan sosialisasi maupun bantuan modal hingga bantuan infrastruktur. Komunitas dalam hal ini sangat memerlukan informasi dari bisnis, hal ini untuk mempermudah proses bisnis.



Gambar 1 Sinergitas Pentahelix

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat bahwa jenis hubungan yang terjalin antar stakeholder pada program pengembangan UMKM beragam. Sesuai dengan hubungan dan peran yang dijalankan. Akademisi sebagai konseptor memiliki jenis hubungan coordinating dengan bisnis dan komunitas. Hal ini dikarenakan adanya saling berbagi sumber daya secara minimal dengan komitmen waktu sedang. Sumber daya yang dimaksud di sini adalah bantuan misalnya untuk modal maupun informasi bisnis, fasilitas, dan fasilitator untuk pelatihan. Untuk hubungan akademisi dengan pemerintah

termasuk jenis hubungan cooperating, dimana hubungan terjalin secara formal dan terdapat adanya komitmen yang sedang dalam berbagi risiko, sumber daya, dan adanya rewards yang diartikan sebagai akses akademisi untuk berkontribusi dalam pengembangan program. Sedangkan untuk hubungan akademisi dan media termasuk hubungan networking karena hubungan terjalin secara informal serta tidak adanya saling berbagi sumber daya yang diperlukan. Fokus utamanya adalah pertukaran informasi dengan komitmen waktu yang minimal. Akademisi Komunitas Bisnis Pemerintah Media Cooperating Coordinating Pengembangan UMKM

Berbeda dengan hubungan yang terjalin secara formal antara bisnis dengan pemerintah dan komunitas, jenis hubungannya termasuk cooperating. Hal ini dikarenakan adanya komitmen waktu yang substansial, adanya komitmen yang cukup dalam berbagi sumber daya, risiko, tanggung jawab, dan rewards. Bisnis membantu memberikan pelatihan, bantuan modal, dan fasilitas. Rewards bisa diartikan dengan adanya akses yang semakin mudah dalam proses bisnis. Sedangkan untuk hubungan bisnis dan media memiliki jenis hubungan coordinating. Ciri hubungan ini adalah hubungan terjalin secara resmi, adanya saling berbagi sumber daya secara minimal, tidak ada saling berbagi risiko maupun tanggungjawab. Hubungan yang terjalin antara komunitas dan media juga termasuk jenis hubungan collaborating. Dimana komunitas memiliki peran kuat dalam berkontribusi untuk membantu proses publikasi dan promosi produk UMKM.

Sedangkan untuk hubungan yang terjalin antara komunitas dan pemerintah adalah cooperating. Hubungan ini terjalin secara formal. Komunitas dan pemerintah memiliki komitmen yang cukup dalam berbagi sumber daya, tanggung jawab, risiko, dan rewards. Pemerintah memberikan beberapa akses misalnya melalui pelatihan, study banding, dan pameran. Pemerintah dan media memiliki hubungan networking. Hal ini dikarenakan belum adanya media partner pemerintah dalam mendukung program untuk publikasi dan promosi. Media cetak maupun elektronik terjalin secara otomatis ketika terdapat event. Dalam pengembangan program UMKM, media hanya didukung melalui media publikasi dan promosi. Pelaku bisnis UMKM juga memanfaatkan media sosial seperti facebook dan instagram untuk pemasaran yang dikelola secara pribadi. Jenis hubungan yang terjalin antar stakeholder dalam melakukan kerjasama pada program pengembangan UMKM belum mencapai tahap yang optimal. Namun, dengan adanya kolaborasi antar stakeholder dalam program ini menjadikan UMKM semakin berkembang dengan baik.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat lima stakeholder yang terlibat dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Cirebon, yakni akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media atau yang sering disebut dengan model Penta Helix. Strategi yang dijalankan pemerintah dengan berkolaborasi dengan stakeholder lainnya dalam program ini sudah berjalan dengan baik. Namun masih terdapat beberapa hal yang belum berjalan dengan optimal. Hal ini dikarenakan kurangnya koordinasi,

Synergy of the Pentahelix Model to Establish Resilient Sme's in Facing New Normal During Covid-19 Pandemic

kurangnya komitmen para stakeholder, dan pola pikir para pelaku UMKM. Sedangkan untuk pola hubungan yang terjalin antar stakeholder beragam, yakni networking, coordinating, cooperating, dan collaborating. Hal ini tergantung dengan hubungan yang terjalin antar stakeholder dan peran yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung. Pariwisata Pedesaan Sebagai Alternatif Pembangunan Berkelanjutan (Laporan Penelitian Hibah Bersaing Perguruan Tinggi) Yogyakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.

- Bandura, A. (1994). Self-Efficacy. In V. S. Ramachaudran (Ed.), *Encyclopedia Of Human Behavior* (Vol. 4, Pp. 71-81). New York: Academic Press.
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., & Kickul, J. R. (2007). The Role Of Cognitive Style And Risk Preference On Entrepreneurial Self-Efficacy And Entrepreneurial Intentions. *Journal Of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 86-104. Doi:10.1177/10717919070130041001
- Baron, R. A., Mueller, B. A., & Wolfe, M. T. (2016). Self-Efficacy And Entrepreneurs' Adoption Of Unattainable Goals: The Restraining Effects Of Self-Control. *Journal Of Business Venturing*, 31(1), 55-71. Doi:10.1016/J.Jbusvent.2015.08.002
- Barus, D. S. (2019). Strategi Pengembangan Digital Entrepreneurship Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Menggunakan Model Penta Helix.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The Relationship Of Entrepreneurial Traits, Skill, And Motivation To Subsequent Venture Growth. *Journal Of Applied Psychology*, 89(4), 587-598. Doi:10.1037/0021-9010.89.4.587
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The Nature And Experience Of Entrepreneurial Passion. *The Academy Of Management Review*, 34(3), 511-532. Doi:10.5465/AMR.2009.40633190
- De Clercq, D., Honig, B., & Martin, B. (2013). The Roles Of Learning Orientation And Passion For Work In The Formation Of Entrepreneurial Intention. *International Small Business Journal*, 31(6), 652-676. Doi:10.1177/0266242611432360
- Frese, M. (2009). Towards A Psychology Of Entrepreneurship — An Action Theory Perspective. *Foundations And Trends® In Entrepreneurship*, 5(6), 437-496. Doi:10.1561/03000000028
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2014). The Psychology Of Entrepreneurship. *Annual Review Of Organizational Psychology And Organizational Behavior*, 1(1), 413-438. Doi:10.1146/Annurev-Orgpsych-031413-091326
- Frese, M., Gielnik, M. M., & Mensmann, M. (2016). Psychological Training For Entrepreneurs To Take Action: Contributing To Poverty Reduction In Developing Countries. *Current Directions In Psychological Science*, 25(3), 196-202. Doi:10.1177/0963721416636957
- Frese, M., Krauss, S. I., Keith, N., Escher, S., Grabarkiewicz, R., Luneng, S. T., . . . Friedrich, C. (2007). Business Owners' Action Planning And Its Relationship To Business Success In Three African Countries. *Journal Of Applied Psychology*, 92(6), 1481-1498. Doi:10.1037/0021-9010.92.6.1481
- Garniwa, S. Dan. (2007). Perilaku Organisasional. Graha Ilmu. Gij, K. M. A. (2007). Ashworth

**Synergy of the Pentahelix Model to Establish Resilient Sme's in Facing New Normal
During Covid-19 Pandemic**

- Gielnik, M. M., Frese, M., Kahara-Kawuki, A., Katono, I. W., Kyejjusa, S., Ngoma, M., . . . Dlugosch, T. J. (2015). Action And Action-Regulation In Entrepreneurship: Evaluating A Student Training For Promoting Entrepreneurship. *Academy Of Management Learning & Education*, 14(1), 69-94. Doi:10.5465/Amle.2012.0107
- Gj, Partner In Coffeshop, Canal And Commerce: Marketing In City Of Amsterdam. 24(1).
- [Http://Data.kumkm.Acehprov.Go.Id/Index.Php/Umkkm](http://Data.kumkm.Acehprov.Go.Id/Index.Php/Umkkm). (2021).
- [Http://Www.Depkop.Go.Id/Data-Umkkm](http://Www.Depkop.Go.Id/Data-Umkkm). (2021).
- [Https://Keuangan.Kontan.Co.Id](https://Keuangan.Kontan.Co.Id). (2020, January 23). Www.Bps.Go.Id. (2021, January 28).
- Lex, M., Gielnik, M. M., Spitzmuller, M., Jacob, G. H., & Frese, M. (2020). How Passion In Entrepreneurship Develops Over Time: A Self-Regulation Perspective. *Entrepreneurship Theory And Practice*. Doi:10.1177/1042258720929894
- Mahmood, R., & Hanafi, N. (2013). Entrepreneurial Orientation And Business Performance Of Women-Owned Small And Medium Enterprises In Malaysia: Competitive Advantage As A Mediator. *International Journal Of Business And Social Science (IJBSS)*, 4(1), 82-90.
- Mcgee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining The Measure. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 33(4), 965-988. Doi:10.1111/J.1540-6520.2009.00304.X
- Miao, C., Qian, S., & Ma, D. (2017). The Relationship Between Entrepreneurial Self-Efficacy And Firm Performance: A Meta-Analysis Of Main And Moderator Effects. *Journal Of Small Business Management*, 55(1), 87-107. Doi:10.1111/Jsbm.12240
- Moelong. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Najiyati, S. Dan S. R. T. S. (2011). Sinergitas Instansi Pemerintah Dalam Pembangunan Kota Terpadu Mandiri (The Synergy Of Government Institutions In The Transmigration Urban Development). Ketranmigrasian.
- Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2017). Integrating Psychological Approaches To Entrepreneurship: The Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 49(1), 203-231. Doi:10.1007/S11187-016-9821-Y
- Palmer, A. J. A. R. M. (1996). Relationship Marketing: A New Paradigm For The Travel And Tourism Sector?(*Journal Of Vacation Marketing*).

- Praswati, A. N. (2017). Perkembangan Model Helix Dalam Peningkatan Inovasi. Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis.
- Radzi, K. M., Mohd Nor, M. N., & Ali, S. M. (2017). The Impact Of Internal Factors On Small Business Success: A Case Of Small Enterprises Under The FELDA Scheme. *Asian Academy Of Management Journal*, 22(1), 27-55. Doi:10.21315/Aamj2017.22.1.2
- River, M. For H. And T. (4d Ed). (Upper S. (2006). Marketing For Hospitality And Tourism (4d Ed). (Upper Saddle River. Bowen, John T., Author.
- Robert L, Mathis,. Dan Jackson, J. H. (2002). Manajemen Sumber Daya Manusia. Salemba.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Cono Ekonomos*, 6(1).
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Vallerand, R. J., & Houlfort, N. (2019). *Passion For Work: Theory, Reseach, And Applications*: Oxford University Press.
- Wiklund, J., Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2009). Building An Integrative Model Of Small Business Growth. *Small Business Economics*, 32(4), 351-374. Doi:10.1007/S11187-007-9084-8