

STRATEGI PENTAHHELIX DALAM PENINGKATAN KINERJA UMKM KOTA MALANG

(Studi Pada Sektor Makanan dan Minuman)

SKIRPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

SHELATIVA TRIBUANA WIDUROYEKTI

NPM 22101092071



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG**

2025

RINGKASAN

Shelativa Tribuana Widuroyekti, 2025. Strategi Pentahelix Dalam Peningkatan Kinerja UMKM Kota Malang (Studi Pada Sektor Makanan dan Minuman), Dosen Pembimbing 1 : Dra. Ratna Nikin Hardati M.Si, Dosen Pembimbing 2 : Khoiriyah Trianti, S.E., M.S.A, 239 Hal + xv

Penelitian ini dilakukan atas dasar pentingnya peran UMKM dalam perekonomian nasional, khususnya UMKM Kota Malang di sektor makanan dan minuman yang berkembang pesat. Meskipun memiliki potensi besar, UMKM di Kota Malang masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan inovasi, akses permodalan, digitalisasi, serta persaingan yang semakin ketat. Dalam menghadapi tantangan tersebut, diperlukan strategi yang melibatkan berbagai pihak untuk mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan. Model Pentahelix menjadi dasar utama penelitian ini karena memberikan pendekatan kolaboratif yang melibatkan lima pemangku kepentingan yaitu: akademisi, komunitas, pemerintah, pelaku bisnis, dan media.. Model Pentahelix diharapkan mampu memberikan solusi dalam mengatasi tantangan tersebut.

Melalui sinergi antar *stakeholder*, UMKM dapat memperoleh dukungan dalam berbagai aspek, mulai dari pelatihan, pendampingan usaha, akses ke sumber daya dan jaringan bisnis, kemudahan akses legalitas usaha, hingga strategi pemasaran berbasis digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana peran masing-masing *stakeholder* dalam Model Pentahelix berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM di Kota Malang, khususnya di sektor makanan dan minuman. Dengan menggunakan metode penelitian campuran, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan menghasilkan analisis yang lebih akurat serta relevan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Model Pentahelix dapat meningkatkan daya saing UMKM apabila kelima stakeholder dapat berkolaborasi secara optimal dan merata.

Kata Kunci : Model Pentahelix, Kolaborasi, UMKM, Peningkatan Kinerja

SUMMARY

Shelativa Tribuana Widuroyeki, 2025. Pentahelix Strategy in Improving the Performance of Malang City MSMEs (Study on the Food and Beverage Sector), Lecture 1: Dra. Ratna Nikin Hardati M.Si, Lecture 2: Khoiriyah Trianti, S.E., M.S.A, 239 pp + xv

This research was conducted on the basis of the important role of MSMEs in the national economy, especially Malang City MSMEs in the food and beverage sector which are growing rapidly. Despite having great potential, MSMEs in Malang City still face various challenges, such as limited innovation, access to capital, digitalization, and increasingly fierce competition. In facing these challenges, a strategy involving various parties is needed to support the sustainable growth of MSMEs. The Pentahelix model is the main basis of this research because it provides a collaborative approach involving five stakeholders, namely: academia, community, government, business, and media. The Pentahelix model is expected to provide solutions to overcome these challenges.

Through synergy between stakeholders, MSMEs can obtain support in various aspects, ranging from training, business mentoring, access to resources and business networks, easy access to business legality, to digital-based marketing strategies. Therefore, this study aims to analyze the extent to which the role of each stakeholder in the Pentahelix Model contributes to improving the performance of MSMEs in Malang City, particularly in the food and beverage sector. By using mixed research methods, this research is expected to provide a more comprehensive understanding and produce a more accurate and relevant analysis. The conclusion of this study shows that the implementation of the Pentahelix Model can improve the competitiveness of MSMEs if the five stakeholders can collaborate optimally and evenly.

Keywords: *Pentahelix Model, Collaboration, MSMEs, Performance Improvement*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang memiliki kontribusi sangat penting dalam perekonomian nasional, mulai dari menekan angka pengangguran di Indonesia dengan menyediakan lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja di Indonesia. Menurut Kementerian Keuangan (2023) Saat ini jumlah UMKM mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 mencapai angka kurang lebih 66 juta pelaku usaha UMKM dengan kontribusi UMKM untuk perekonomian Indonesia mencapai 61% dari pendapatan domestik bruto (BPD) Indonesia, setara dengan Rp9.580 triliun. Kini UMKM telah menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja di Indonesia. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam distribusi ekonomi yang merata karena kemampuannya untuk menjangkau berbagai lokasi, termasuk daerah-daerah terpencil.

Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) adalah unit yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan. Pada prinsipnya UMKM dapat dikategorikan berdasarkan besarnya modal usaha yang dikeluarkan pada saat pendirian. Bila modal usaha yang dikeluarkan mencapai satu milyar rupiah (tidak termasuk tanah bangunan tempat usaha), maka dapat dikategorikan kelas Usaha Mikro. Usaha dengan modal lebih dari satu milyar rupiah sampai dengan lima milyar rupiah dapat dikategorikan dalam kelas Usaha Kecil. Usaha dengan modal lebih dari lima milyar rupiah sampai dengan sepuluh milyar rupiah masuk dalam

kategori kelas Usaha Menengah. Jika modal usaha lebih besar dari sepuluh milyar rupiah, maka sudah dikategorikan menjadi kelas Usaha Besar. Kriteria pembeda ini juga telah dijelaskan pada ketentuan umum undang-undang republik Indonesia mengenai UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bisnis yang paling laku dan menjanjikan saat ini, terutama karena kreatifitas dan daya inovasi yang tinggi. Khususnya UMKM dalam bidang kuliner yang saat ini berkembang pesat, dengan banyaknya variasi produk dan layanan yang semakin kreatif dan inovatif. Hal ini tidak lepas dari tren gaya hidup serta permintaan konsumen yang terus meningkat. Menjadikan usaha UMKM memiliki potensi besar untuk terus tumbuh dan berkembang. Jumlah pelaku usaha yang tidak sedikit tentunya akan lebih banyak pesaing, sehingga inovasi serta kreatifitas dari para pelaku usaha menjadi kunci utama untuk tetap bersaing dan menarik minat konsumen. Para pelaku UMKM perlu terus beradaptasi dengan perubahan tren pasar dan memperkuat strategi pemasaran agar dapat mempertahankan keunggulan serta kualitas di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Tantangan UMKM saat ini yang harus diatasi bersama oleh segenap *stakeholders* antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, legalitas dan perizinan, pembiayaan, pelatihan, fasilitas usaha, sumber daya manusia, produktivitas, standarisasi dan sertifikasi, serta basis data tunggal. Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ini sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian Indonesia kedepan terutama dalam hal perekonomian nasional. Secara umum tujuan atau sasaran yang ingin dicapai

Tujuan dari pelaku usaha ini adalah menciptakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang kuat, mandiri, serta memiliki daya saing yang tinggi. Pelaku UMKM juga bertujuan untuk memainkan peran utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi kompetisi. Dalam perspektif perkembangannya, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ini merupakan usaha yang memiliki jumlah paling besar dibandingkan dengan usaha-usaha lain yang masuk dalam kategori usaha besar (UB).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran dalam perekonomian daerah, dengan keterlibatan sumber daya manusia (SDM) baik sebagai pengusaha maupun tenaga kerja di dalamnya. Meski demikian, rendahnya daya saing UMKM di Indonesia menunjukkan perlunya langkah-langkah strategi untuk meningkatkan kemampuan bersaing mereka. Penguatan daya saing usaha, khususnya UMKM, dapat dilakukan dengan meningkatkan kinerja internal, terutama dari aspek SDM melalui peningkatan kemampuan kreativitas dan inovasi. Pendekatan yang berfokus pada kewirausahaan dapat mendorong UMKM untuk menciptakan produk-produk baru yang inovatif sekaligus memiliki keberanian dalam memahami berbagai resiko yang mungkin muncul (Desmice, 2024 : 6).

Peningkatan kinerja UMKM adalah prioritas utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini karena usaha tersebut merupakan tulang punggung ekonomi kerakyatan yang ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan, pendapatan antar pelaku usaha, hingga penyerapan tenaga kerja

(Hoiron, 2017). Dalam upaya peningkatan kinerja UMKM, diperlukan kolaborasi yang efektif agar pelaku UMKM dapat lebih berdaya saing dan berkembang secara berkelanjutan. Salah satu kolaborasi yang dapat digunakan dalam peningkatan kinerja UMKM yakni dengan menggunakan kolaborasi Model Pentahelix, Model ini melibatkan partisipasi dari berbagai pihak, termasuk akademisi, komunitas, pemerintah, pebisnis, dan media. Dengan adanya keterlibatan semua pihak tersebut, Model Pentahelix dapat menciptakan kerja sama yang kuat, memperluas jaringan, serta menyediakan sumber daya dan dukungan yang diperlukan bagi UMKM untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar.

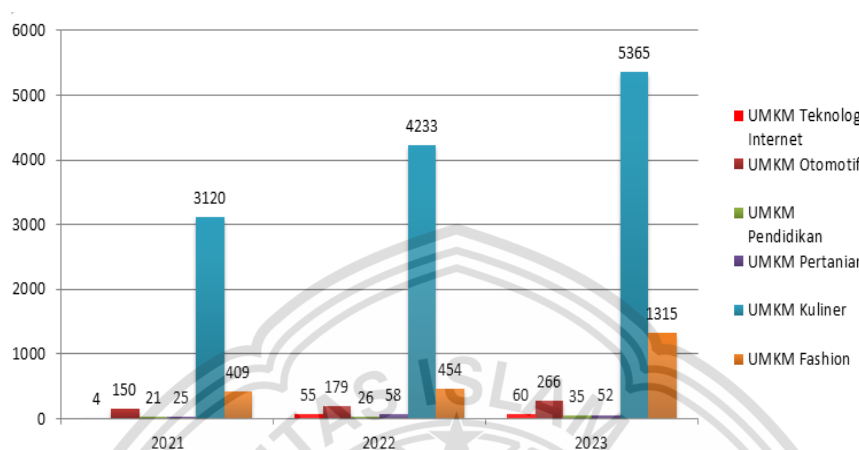
Model Pentahelix pertama kali dicanangkan oleh Menteri Pariwisata periode 2014-2019, Arief Yahya. Konsep ini dituangkan ke dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Menurut Kementerian Keuangan (2021), Pemerintah telah menargetkan Indonesia untuk menjadi negara maju pada HUT ke-100 di tahun 2045. Oleh karena itu, pertumbuhan perekonomian ditargetkan mengalami pertumbuhan sebesar 7% untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu strategi kunci untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah melalui penguatan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan demikian, diharapkan kolaborasi model pentahelix ini dapat memberikan dampak yang sangat positif dalam mendukung dan mengembangkan sektor UMKM. Kerja sama ini akan menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan UMKM secara menyeluruh, membuka peluang baru, dan

mengatasi tantangan yang akan datang, sehingga mempercepat tercapainya tujuan Indonesia sebagai negara maju pada tahun 2045.

Kota Malang adalah salah satu kota di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang besar dalam memainkan peran penting untuk mendorong pertumbuhan perekonomian daerah. Upaya kolaborasi pentahelix antara akademisi, komunitas, pemerintah, pelaku usaha dan media menjadi pemeran utama keberhasilan dalam peningkatan UMKM di Kota Malang. Kerjasama ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan UMKM di Kota Malang, mulai dari penyediaan akses permodalan, pelatihan, hingga pengembangan pasar yang lebih luas. Dengan demikian, UMKM Kota Malang tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga dapat bertumbuh menjadi usaha yang lebih besar dan berdaya saing yang tinggi.

Melalui pengembangan serta peningkatan kinerja UMKM secara berkelanjutan, Kota Malang diharapkan mampu memberikan kontribusi yang positif untuk pencapaian tujuan Indonesia menjadi Negara maju pada tahun 2045. UMKM yang kuat dan terus bertumbuh akan mampu membuka lapangan pekerjaan yang lebih banyak, sehingga tingkat kemiskinan berkurang khususnya di Kota Malang. Selain itu, peningkatan pendapatan masyarakat akan berdampak positif pada daya beli dan standar hidup yang pada akhirnya minat beli masyarakat dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta mendorong adanya kreativitas dan inovasi di kalangan masyarakat yang nantinya produk dan layanan tersebut dapat bersaing di pasar global. Dengan fokus pada

pengembangan dan peningkatan, UMKM Kota Malang tidak hanya menjadi penggerak perekonomian lokal akan tetapi berperan signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional secara keseluruhan.



Gambar 1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Malang Menurut Sub Sektor Tahun 2021-2023

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Malang Tahun 2024

Diagram di atas memberikan gambaran menarik mengenai perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Malang dari tahun 2021 sampai 2023. Data menunjukkan adanya peningkatan jumlah UMKM secara keseluruhan dalam periode tersebut. Dalam hal ini, UMKM yang paling menonjol adalah pertumbuhan pesat UMKM di sektor makanan dan minuman. Sektor ini berhasil melampaui sektor lain seperti fashion, otomotif, teknologi, pendidikan, dan pertanian. UMKM di sektor kuliner menjadi kontributor utama dalam pertumbuhan UMKM di Kota Malang. hal ini mengindikasikan bahwa minat masyarakat Kota Malang terhadap makanan dan minuman lokal semakin tinggi, sehingga dapat menciptakan peluang bisnis yang besar bagi pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman.

Dominasi UMKM di sektor makanan dan minuman yang ada di Kota Malang dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, Kota Malang memiliki potensi wisata yang besar, sehingga permintaan makanan dan minuman lokal semakin meningkat, kedua, tingginya jumlah mahasiswa yang memilih pendidikan di Kota Malang, juga menjadi salah satu faktor pendorong pertumbuhan UMKM di sektor makanan dan minuman. Ketiga, kreativitas para pelaku UMKM makanan dan minuman dalam menciptakan inovasi produk memiliki daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Keempat, dukungan pemerintah yang memberikan kemudahan fasilitas untuk membuka lapangan usaha juga turut mendorong pertumbuhan sektor makanan dan minuman. Adanya pertumbuhan yang pesat ini menunjukkan bahwa UMKM kuliner memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Kota Malang dan memiliki potensi untuk terus berkembang di masa yang akan datang.

Kecamatan di Kota Malang	Jumlah Industri Makanan dan Minuman Menurut Kecamatan di Kota Malang (Unit)		
	2021	2022	2023
Kedungkandang	704	965	1.167
Sukun	614	813	1.035
Klojen	479	660	890
Blimbing	888	1.118	1.366
Lowokwaru	435	677	907
Kota Malang	3.120	4.233	5.365

Gambar 2 Data Jumlah UMKM Sektor Makanan dan Minuman Kota Malang

Sumber : Badan Pusat Statistis (BPS) Kota Malang, 2024

Peningkatan kinerja UMKM di Kota Malang terutama dibidang kuliner terlihat dari jumlah industri makanan dan minuman yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang

pada tahun 2021 sampai dengan 2023, jumlah industri makanan dan minuman menurut kecamatan di Kota Malang mencapai 12.718 unit. Rincian per tahunnya adalah sebagai berikut: pada tahun 2021 terdapat 3.120 unit, pada tahun 2022 meningkat menjadi 4.233 unit, dan pada tahun 2023 mencapai 5.365 unit. Jika dilihat dari data diatas terjadi peningkatan jumlah industri setiap tahunnya. Kecamatan dengan jumlah industri makanan dan minuman terbanyak pada tahun 2023 adalah Blimbing dengan 1.366 unit, diikuti oleh Kedungkandang dengan 1.167 unit, Sukun dengan 1.035 unit, Lowokwaru dengan 907 unit, dan Klojen dengan 890 unit. Dengan jumlah UMKM yang besar, Kota Malang dapat menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran bagi warganya (BPS Kota Malang, 2024).

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskopindag) Kota Malang, sektor usaha mikro di Kota Malang menunjukkan dominasi yang signifikan dengan jumlah mencapai 22.976 unit. Usaha mikro ini mencakup teknologi internet, otomotif, pendidikan, pertanian, fashion, dan sektor makanan dan minuman. Dalam hal ini sektor makanan dan minuman menjadi salah satu yang paling dominan, dengan berbagai usahanya. Keberagaman produk serta inovasi dalam penyajian turut mendukung pertumbuhan di sektor ini, terutama dengan banyaknya permintaan yang tinggi dari masyarakat Kota Malang.

Masalah utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah kurangnya pemahaman mendalam mengenai penerapan model pentahelix dalam upaya peningkatan kinerja UMKM, khususnya di sektor makanan dan minuman di Kota

Malang, yang merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan paling pesat dan memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam perekonomian daerah, menciptakan lapangan kerja, serta dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan hasil survey pra penelitian, ditemukan bahwa peran kelima *stakeholder* pentahelix belum merata dalam mendukung pengembangan serta peningkatan kinerja UMKM di Kota Malang. Sehingga terjadi kesenjangan kontribusi yang dapat menghambat optimalisasi potensi UMKM.

Kesenjangan tersebut terlihat dari adanya ketidakmerataan akses bagi pelaku UMKM terhadap program pembinaan dan pendampingan yang diselenggarakan beberapa *stakeholder* pentahelix yaitu akademisi, komunitas, pemerintah, dan pelaku bisnis yang menetapkan kriteria atau kualifikasi khusus yang harus dipenuhi sebelum UMKM dapat dinyatakan layak atau menerima bantuan. Sehingga seluruh pelaku UMKM belum mendapatkan manfaat yang optimal. Akibatnya, hanya sebagian besar UMKM yang mampu mengikuti program pengembangan serta peningkatan kinerja UMKM, sementara pelaku UMKM yang lain masih menghadapi tantangan besar tanpa dukungan yang memadai, baik dari segi pelatihan, pendampingan, maupun akses permodalan dari *stakeholder*. Kriteria dan kualifikasi yang perlu untuk dipenuhi oleh pelaku usaha misalnya pelaku usaha harus sudah bekerja sama dengan pelaku bisnis, lolos pendaftaran untuk program pembinaan, UMKM tersebut memiliki potensi untuk berkembang. Sedangkan untuk peran media sosial masih belum di rasakan secara keseluruhan oleh pelaku UMKM Kota Malang dikarenakan keterbatasan dalam

penggunaannya, serta masih banyak pelaku UMKM Kota Malang yang tidak menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya.

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali lebih lanjut lagi mengenai kesenjangan kontribusi yang diberikan oleh beberapa *stakeholder*, dengan memberikan data dan analisis yang lebih spesifik yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner, wawancara, dokumentasi, dan observasi mendalam terkait peran pentahelix yang meliputi, akademisi, komunitas, pemerintah, pelaku bisnis, dan media. Dalam penelitian ini pemangku kepentingan dari pihak media yang digunakan berfokus pada media sosial. Melalui pendekatan ini diharapkan dapat ditarik kesimpulan faktor penghambat dan strategi apa saja yang perlu diterapkan oleh masing-masing *stakeholders* dalam pentahelix untuk meningkatkan kinerja UMKM Kota Malang, khususnya di sektor makanan dan minuman.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat dalam beberapa aspek, salah satunya adalah lokasi penelitian. Selain itu, perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokusnya, di mana penelitian ini lebih berfokus pada peningkatan kinerja UMKM Makanan dan Minuman Kota Malang bukan UMKM Kota Malang secara keseluruhan. Dengan pendekatan yang lebih berfokus pada salah satu sektor UMKM di Kota Malang, penelitian ini diharapkan dapat memperoleh data yang lebih mendalam dan dapat berkontribusi untuk menyediakan informasi sebagai bahan pertimbangan, pendukung, serta kontribusi pemikiran bagi pengambil keputusan dalam usaha agar dapat meningkatkan kinerja UMKM melalui strategi pentahelix.

B. Rumusan Masalah

Meurujuk pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan di dalamnya, antara lain :

1. Apakah peran akademisi memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM?
2. Apakah peran komunitas memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM?
3. Apakah peran pemerintah memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM?
4. Apakah peran pelaku bisnis memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM?
5. Apakah peran media sosial memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM?
6. Bagaimana dukungan peran *stakeholders* pentahelix secara bersama-sama pada peningkatan kinerja UMKM?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menjawab rumusan masalah yang telah disusun untuk :

1. Mengetahui peran akademisi memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM.
2. Mengetahui peran komunitas memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM.

3. Mengetahui peran pemerintah memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM
4. Mengetahui peran pelaku bisnis memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM.
5. Mengetahui peran media sosial memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM
6. Mengetahui lebih dalam dukungan peran *stakeholders* pentahelix secara bersama-sama pada peningkatan kinerja UMKM.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat atau kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memunculkan strategi yang lebih efektif melalui penerapan model pentahelix yang melibatkan kolaborasi antara 5 *stakeholder*, yaitu akademisi, komunitas, pemerintah, pelaku bisnis, dan media sosial, dimana semua *stakeholders* tersebut memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM Kota Malang, khususnya di sektor makanan dan minuman yang memiliki kemampuan sangat mendominasi sebagai penggerak utama perekonomian daerah. Melalui pendekatan yang terstruktur dapat membantu UMKM Kota Malang untuk memperluas jangkauan pasar dan menciptakan produk-produk yang kompetitif. Melalui pemanfaatan kolaborasi antar *stakeholders* pentahelix secara maksimal, UMKM Kota Malang diharapkan dapat lebih mudah menembus pasar yang lebih luas, meningkatkan daya

saing, serta memperkuat perekonomian daerah secara keseluruhan. Dengan demikian, UMKM Kota Malang disektor makanan dan minuman memiliki pangsa pasar yang besar dan peluang dalam jangka panjang, diharapkan dapat menjadi salah satu sektor unggulan yang dapat mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan di Kota Malang.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman serta wawasan secara mendalam mengenai dunia bisnis UMKM, khususnya yang berada pada UMKM sektor Makanan dan Minuman, yang merupakan sektor dengan potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan dukungan yang signifikan terhadap peningkatan UMKM di Kota Malang melalui penyediaan berbagai sumber informasi secara lengkap, wawasan yang mendalam, serta referensi yang relevan untuk dapat dijadikan acuan dalam mendorong peningkatan kinerja UMKM Kota Malang. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran secara luas mengenai pentingnya kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam model pentahelix, serta strategi yang dapat diambil untuk mendukung pengembangan dan peningkatan kinerja UMKM, baik secara operasional, pemasaran, maupun daya saing yang berkelanjutan, sehingga dapat berperan aktif dalam memperkuat perekonomian daerah dan menciptakan lapangan kerja yang lebih luas.

E. Sistematika Pembahasan

Struktur penulisan pada penelitian ini akan menjadi panduan utama bagi penulis dalam menyusun proposal penelitian adalah sebagai berikut :

a. BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada Bab 1 Pendahuluan ini meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Pembahasan penelitian.

b. BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab 2 Tinjauan Pustaka menyajikan hasil penelitian terdahulu yang menjadi dasar observasi dan referensi bagi peneliti, khususnya penelitian yang relevan dengan judul, bidang, atau topik yang diangkat. Bab ini juga mencakup tinjauan pustaka yang mengulas berbagai teori terkait penelitian, yang bersumber dari beragam literatur, termasuk buku cetak, e-book, jurnal ilmiah, serta e-journal. Selain itu, pada bagian ini juga diuraikan kerangka hipotesis yang menjadi dasar penyusunan dan pengembangan penelitian.

c. BAB 3 : METODE PENELITIAN

Pada Bab 3 membahas secara rinci metode penelitian apa yang digunakan oleh peneliti untuk mengolah dan menganalisis data yang telah dikumpulkan. Dalam bab ini, dijelaskan secara mendalam mengenai berbagai aspek metodologi penelitian, meliputi jenis penelitian, fokus penelitian, waktu dan lokasi penelitian, serta variabel dan teknik pengumpulannya. Selain itu pada bab ini juga menguraikan secara sistematis mengenai populasi dan sampel

penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang akan diterapkan dalam penelitian ini.

d. BAB 4 : HASIL PENELITIAN

Pada Bab 4 Hasil Penelitian membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Pada bagian ini, hasil penelitian akan dijelaskan secara rinci, mencakup gambaran umum mengenai objek penelitian, karakteristik responden, serta penyajian data yang diperoleh selama proses penelitian. Selain itu, data yang disajikan akan dianalisis secara sistematis untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hasil penelitian.

e. BAB 5 : PEMBAHASAN

Pada Bab 5 memfokuskan pembahasan mendalam terhadap analisis data yang telah disajikan pada Bab 4, dengan menjelaskan temuan-temuan utama yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam bab ini, hasil temuan tersebut dikaitkan dengan kerangka hipotesis yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, untuk memberikan pemahaman secara lebih mendalam. Pembahasan ini juga memberikan analisis teoritis yang relevan dengan hasil penelitian tersebut.

f. BAB 6 : PENUTUP

Pada Bab 6 merupakan bagian penutup dari penelitian ini, yang akan menyajikan kesimpulan berdasarkan seluruh rangkaian penelitian yang telah dilakukan. Selain itu bab ini juga menyampaikan saran-saran dari Peneliti, yang dianggap penting untuk dipertimbangkan oleh pembaca maupun pihak-pihak terkait.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Simpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model pentahelix memberikan dampak positif dan signifikan terhadap pengembangan dan peningkatan kinerja UMKM di Kota Malang, khususnya di sektor makanan dan minuman. Model ini melibatkan kolaborasi antara akademisi, komunitas, pemerintah, pelaku bisnis, dan media, dimana masing-masing pemangku kepentingan memiliki kontribusi yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan peningkatan kinerja UMKM Kota Malang.

Akademisi berperan dalam memberikan pelatihan dan sosialisasi bisnis kepada UMKM, terutama dalam aspek pemasaran digital, segmentasi pasar, pembuatan laporan keuangan sederhana, serta desain kemasan produk. Komunitas berfungsi sebagai wadah untuk berbagi informasi bisnis dan pengalaman antar pelaku UMKM, serta memberikan informasi mengenai bahan baku dan tempat pemasaran produk. Pemerintah memberikan dukungan melalui program pelatihan dan pendampingan, fasilitas usaha, serta bantuan peralatan usaha kepada pelaku UMKM. Pelaku bisnis berkontribusi dalam memberikan sosialisasi mengenai pemasaran dan logistik, serta memberikan pelatihan terkait strategi pemasaran digital dan pengelolaan sistem pengiriman barang. Media sosial menjadi alat utama dalam pemasaran produk UMKM karena

kemampuannya dalam menjangkau konsumen secara luas dengan biaya yang relatif rendah.

Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi oleh segenap *stakeholder*, antara lain kurangnya pemahaman dan implementasi model pentahelix secara merata, kesenjangan dalam akses terhadap program-program yang diberikan oleh *stakeholder* kepada pelaku UMKM, hal ini menyebabkan ketidaksetaraan dalam peluang pengembangan dan peningkatan kinerja UMKM dan dapat menghambat potensi pertumbuhan UMKM secara keseluruhan.

B. Saran

Saran dari penelitian ini dibuat berdasarkan hasil temuan, antara lain :

1. Peningkatan pemahaman dan implementasi model pentahelix kepada pelaku UMKM agar lebih memahami secara mendalam mengenai manfaat dan pentingnya kolaborasi antar *stakeholder* pentahelix dalam pengembangan dan peningkatan kinerja usaha mereka.
2. Program-program yang ditawarkan oleh akademisi, komunitas, pemerintah, dan pelaku bisnis perlu dirancang dengan kriteria yang lebih terbuka, sehingga semua pelaku UMKM, termasuk yang masih dalam tahap awal, dapat mengakses dan merasakan manfaatnya.
3. Pelaku UMKM harus lebih aktif lagi dalam hal mencari informasi terkait bisnis yang dapat meningkatkan kinerja usaha mereka.
4. Pemanfaatan teknologi digital dan platform e-commerce perlu ditingkatkan oleh pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyati, A., Murni, S., & Hariadi, P. (2019). Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i3.1371>
- Alimudin, A., Falani, A. Z., Mudjanarko, S. W., & Limantara, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.337>
- Amaral, M., Cai, Y., Perazzo, A. R., Rapetti, C., & Piqué, J. M. (2024). The Legacy of Loet Leydesdorff to the Triple Helix as a Theory of Innovation. *Triple Helix*, 9(1), 1–27. <https://doi.org/10.1163/21971927-12340014>
- Ardiyani, Syafnita, L. (2021). *Peningkatan kinerja umkm dalam pengelolaan laporan keuangan*. 24(September), 103–111.
- Arifin, R., Ningsih, A. A. T., & Putri, A. K. (2021). The Important Role of MSMEs in Improving The Economy. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(6), 52–59.
- Astuti, R. S., Warsono, H., & Rachim, A. (2020). *Collaborative governance : dalam perspektif administrasi publik*. Program Studi Doktor Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Press.
- Beatrice, C., & Hertati, D. (2023). Model Pentahelix dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Manggarsari. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 7(2), 107–123. <https://doi.org/10.25139/jmnegara.v7i2.6261>
- BPS. (2023). Badan Pusat Statistik Kota Malang. <https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTM1lzl=/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah--umkm--fashion-menurut-kecamatan-di-kota-malang.html>
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2009). “Mode 3” and “Quadruple Helix”: Toward a 21st century fractal innovation ecosystem. *International Journal of Technology Management*, 46(3–4), 201–234. <https://doi.org/10.1504/ijtm.2009.023374>
- Creswell. (2020). *A CONCISE INTRODUCTION TO MIXED METHODS RESEARCH* (P. Hema Malini, SKp, MN (ed.); cetakan I). PUSTAKA PELAJAR.
- Darfaz, M. I., Kurniansyah, D., & Febriantini, K. (2023). Tantangan UMKM Indonesia Dalam Menghadapi Pasar Bebas Asean. *Jurnal Ilmu Sosial Dan*

Pendidikan (JISIP), 7(2), 1734–1741.
<https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5040/http>

Desmice. (2024). *Trik Jitu Meningkatkan Kinerja UMKM (Tata Kelola, Motivasi, dan Perilaku Inovatif)* (Andriyanto (ed.)). Lakeisha.
<https://play.google.com/store/books/details?id=AbUDEQAAQBAJ>

Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and “mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.
[https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)

Fadilah, Aliah, L. (2022). *Pengaruh Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM* (Wiwit Kurniawan (ed.); Edisi 1). CV. Pena Persada.
<https://play.google.com/store/books/details?id=tK2UEAAAQBAJ>

Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896.
<https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>

Febrianty, Listyaningsih, Sentanu, Purwanto, A. (2024). *Pentahelix Dalam Pemberdayaan Ekonomi Dan Pengelolaan Berkelanjutan Wisata Danau Ranau* (Yanti Arasi Sidabutar (ed.); Edisi 1). Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
<https://www.scribd.com/document/644946086/Ghozali-Edisi-9-pdf>

Ghozali. (2021). *Partial Least Square, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian empiris* (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Hafidz, M., Indah Sari, A., Pentana, S., . L., Setiawan, T., & Indrafana KH, I. (2023). Pentahelix Business Collaborations to Increase MSMEs' Post-pandemic Performance. *KnE Social Sciences*, 2023, 130–145.
<https://doi.org/10.18502/kss.v8i9.13326>

Hair và các tác giả. (2020). *Multivariate Data Analysis 7th Edition.pdf* (pp. 1–761).

Hair Jr (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. ISBN 2662-2866

Hastuti, P., & dkk. (2021). Kewirausahaan Dan Umkm. In *Yayasan Kita Menulis*.

Ishak, P., & Sholehah, N. L. H. (2021). Implementasi Model Pentahelix Dalam

- Pengembangan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19. *Gorontalo Accounting Journal*, 4(2), 207. <https://doi.org/10.32662/gaj.v4i2.1726>
- Jatmika, R. T. D. (2016). Masalah yang dihadapi Usaha Kecil Menengah di Indonesia. *Studi Ekonomi Syaria'h*, 2(6), 1–13.
- Kementrian Keuangan. (2023). *RAPBN 2024, Rangka Krusial Melajukan Indonesia*. 4 September. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/RAPBN-2024-Rangka-Krusial-Melajukan-Indonesia>
- Kementrian Koperasi dan UKM RI. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah*. 4 Juli. <https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-20-Tahun-2008-tentang-Usaha,-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Khairunnisa, Dwi, Rida, Budi, Ani, Warkianto, Natalia, Teguh, Annisa, Titik, M. (2022). *Usaha mikro, kecil dan menengah (umkm)* (Issue February 2023).
- Leydesdorff, L. (2012). The Triple Helix, Quadruple Helix, ..., and an N-Tuple of Helices: Explanatory Models for Analyzing the Knowledge-Based Economy? *Journal of the Knowledge Economy*, 3(1), 25–35. <https://doi.org/10.1007/s13132-011-0049-4>
- Malang.go.id. (2024). *Malang City Portal*
- Muhammad Hoiron. (2017). *PENGARUH KAPABILITAS PEMASARAN, KEUNGGULAN BERSAING DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA UKM (USAHA KECIL DAN MENENGAH) DI KABUPATEN LUMAJANG*.
- Nugroho, R. (2012) *Kebijakan Publik*. Edisi 4. Elex Media Komputindo
- Pratama. (2020). *Sinergi Pentahelix Dalam Peningkatan Inovasi Startup Digital Kota Cimahi*. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5053/>
- Sholihah, E., Nurhapsari, R., Ak, M., Rohmania, A. S., Ratnaningrum, M. M., Si, M., Susilowati, H., & Hargyatni, T. (2023). *Kinerja Umkm Dan Digitalisasi Keuangan*.
- Subanar. (2001). *Manajemen Usaha Kecil*. (Edisi Pertama). ISBN : 9795033115. BPFE
- Sudiana, K., Sule, E. T., Soemaryani, I., & Yunizar, Y. (2020). The development and validation of the penta helix construct. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 136–145. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11231>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Edisi 2). ALFABETA.
- Suhendar, D., & Suhardi, D. (2018). Optimalisasi Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Kerupuk Dorokdok Desa Cibingbin Kecamatan Cibingbin, Kabupaten Kuningan. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 45–52. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v1i02.1573>
- Sultan, Nurdin, A. (2024). *IMPLEMENTATION OF THE PENTAHHELIX MODEL AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF FRIED ONION MSMEs (MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES) IN PALU*.
- Susilowati, H., Ratnaningrum, S. E. M. M., Si, M., Andriana, M., Kom, M., Hargyatni, T., & Sholihah, E. (n.d.). *KINERJA BISNIS UMKM DI ERA DIGITAL PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Tangkilisan, (2005). *Manajemen Publik* (Yovita Hardiwati). PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Tanzil, Astrid, Susan, C. (2022). *Kolaborasi Pentahelix Pendidikan Tinggi Sub Sector Ekonomi Kreatif* (Dini Oktaviyanti (ed.)). PT Baskara Cipta Karya. <https://play.google.com/store/books/details?id=fgeoEAAAQBAJ>
- Tarsakoo, P., & Charoensukmongkol, P. (2020). Dimensions of social media marketing capabilities and their contribution to business performance of firms in Thailand. *Journal of Asia Business Studies*, 14(4), 441–461. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2018-0204>
- Trianti, K., Kurniati, R. R., Widayawati, E., & Aini, Y. N. (2024). MSME DEVELOPMENT STRATEGY WITH PENTAHHELIX MODEL (STUDY ON MSME IN MALANG CITY). *DINASTI INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, FINANCE AND ACCOUNTING (DIJEFA)*, 805–817.
- Ummah. (2021). *Manajemen Industri Media Massa* (Suyanti Kasimin (ed.)). Syiah Kuala University Press. <https://play.google.com/store/books/details?id=-v5jEAAAQBAJ>
- Yasa, Sukaatmadja, R. (2023). *Model Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM Kerajinan Endek*. PT Media Pustaka Indo. <https://play.google.com/store/books/details?id=zZDPEAAAQBAJ>