

**STRATEGI PENTAHHELIX DALAM PENINGKATAN KINERJA UMKM
KOTA MALANG
(Studi Pada Sektor Makanan dan Minuman)**

Shelativa Tribuana Widuroyeki, Ratna Nikin Hardati, Khoiriyah Trianti

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang

Jl.MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang, Jl.MT Haryono193 Malang, 65144, Indonesia

E-mail: shelativatwy@gmail.com

ABSTRAK

UMKM di Kota Malang memiliki kontribusi penting bagi perekonomian daerah, khususnya pada sektor makanan dan minuman yang saat ini tengah berkembang pesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota Malang melalui model kolaborasi pentahelix yang melibatkan akademisi, komunitas, pemerintah, pelaku bisnis, dan media sosial. Jenis penelitian ini adalah mixed method dengan desain sequential explanatory. Populasi penelitian adalah 5.365 UMKM makanan dan minuman di Kota Malang dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih secara random sampling. Data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner, sedangkan data kualitatif melalui wawancara mendalam dengan beberapa narasumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akademisi, komunitas, pelaku bisnis, dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Kota Malang, sedangkan peran pemerintah tidak signifikan, namun hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan narasumber. Kolaborasi pentahelix memperkuat kapabilitas UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan promosi, membantu UMKM dalam menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan kinerja UMKM di Kota Malang. Kolaborasi ini diharapkan dapat memperkuat sektor UMKM sebagai tulang punggung perekonomian lokal, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, dan mengurangi pengangguran.

Kata Kunci: UMKM 1, Model Pentahelix 2, Kolaborasi, Kinerja UMKM 4.

ABSTRACT

MSMEs in Malang City have an important contribution to the local economy, especially in the food and beverage sector which is currently growing rapidly. This study aims to determine the performance improvement of food and beverage MSMEs in Malang City through a pentahelix collaboration model involving academics, communities, government, business people, and social media. This type of research is a mixed method with a sequential explanatory design. The research population was 5,365 food and beverage MSMEs in Malang City with a sample of 100 respondents selected by random sampling. Quantitative data was collected through questionnaires, while qualitative data through in-depth interviews with several resource persons. The results show that academics, communities, business people, and social media have a significant effect on the performance of Malang City MSMEs, while the role of government is not significant, but this is reinforced by the results of interviews with resource persons. The pentahelix collaboration strengthens the capabilities of MSMEs through training, mentoring, and promotion, assisting MSMEs in facing market challenges and improving the performance of MSMEs in Malang City. This collaboration is expected to strengthen the MSME sector as the backbone of the local economy, increase employment, and reduce unemployment.

Keywords : MSMEs¹, Pentahelix Model², Collaboration³, MSME Performance⁴.

PENDAHULUAN

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. Kadin Indonesia (2024) menyatakan bahwa saat ini jumlah UMKM mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai angka kurang lebih 66 juta dengan kontribusi UMKM untuk perekonomian Indonesia mencapai 61% dari pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia, setara dengan Rp9.580 triliun.

UMKM pada saat ini telah menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja di Indonesia. Jumlah pelaku usaha yang tidak sedikit tentunya akan lebih banyak pesaing, sehingga inovasi serta kreativitas 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 oleh karena itu perlu adanya pemangku kepentingan yang memiliki peran penting untuk menunjang keberlangsungan UMKM melalui peningkatan kinerja UMKM.

Pemberdayaan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah hal paling penting dan strategis untuk mempersiapkan perekonomian Indonesia di masa yang akan datang, terutama dalam konteks ekonomi nasional. Secara umum, tujuan dari pemberdayaan ini adalah terwujudnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri serta memiliki daya saing yang tinggi. Pelaku UMKM bertujuan untuk memainkan peran utama dalam proses produksi dan distribusi pokok, penyediaan bahan baku, serta pengelolaan permodalan

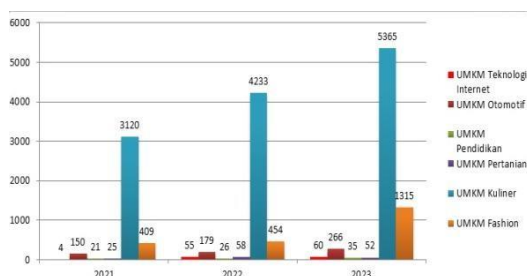
guna menghadapi persaingan. Dalam perspektif perkembangannya, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ini merupakan usaha yang memiliki jumlah paling besar dibandingkan dengan usaha-usaha lain yang masuk dalam kategori usaha besar (UB).

Menurut Hoiron (2017) menyatakan bahwa peningkatan kinerja UMKM merupakan salah satu prioritas 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. 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.

Kolaborasi Pentahelix dapat dilakukan dimana unsur pemerintah, akademisi, pelaku usaha, masyarakat atau komunitas, dan media berkolaborasi dalam mengembangkan inovasi pengetahuan, memperluas jaringan, dan menyediakan sumber daya serta bantuan yang dibutuhkan pelaku UMKM mengenai bisnis mereka yang ditransformasi menjadi produk dan atau jasa yang memiliki nilai ekonomis (Tanzil et al., 2022:2).

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. UMKM Kota Malang tidak hanya menjadi penggerak perekonomian lokal akan tetapi memiliki peran penting dalam mendukung kemajuan ekonomi nasional secara keseluruhan. Upaya kolaborasi pentahelix antara akademisi, komunitas, pemerintah, pelaku usaha dan media menjadi kunci utama keberhasilan dalam

pengembangan UMKM di Kota Malang. Kerjasama ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Malang, mulai dari penyediaan akses permodalan, pelatihan, hingga pengembangan pasar yang lebih luas. Dengan fokus pada pengembangan dan peningkatan, UMKM Kota Malang tidak hanya menjadi penggerak perekonomian lokal akan tetapi memiliki peran penting dalam mendukung kemajuan ekonomi nasional secara keseluruhan.



Gambar 1 Jumlah UMKM Kota Malang Menurut Subsektor Tahun 2021-2023

Sumber : BPS Kota Malang Tahun 2024

Diagram di atas memberikan gambaran menarik mengenai perkembangan UMKM 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 yang mencapai 5.365 unit pada tahun 2023. Sektor ini berhasil melampaui sektor lain seperti fashion, otomotif, teknologi, pendidikan, dan pertanian.

Ishak dan Sholehah (2021) menyatakan bahwa model pentahelix memiliki potensi besar untuk mendukung kebangkitan UMKM. Hal ini disebabkan oleh kemampuan UMKM untuk berkembang secara optimal apabila melibatkan kontribusi dari pihak lain. Hafidz et al. (2023) menyatakan bahwa model Pentahelix merupakan pendekatan kolaboratif yang digunakan dalam program pemulihan UMKM, yang melibatkan lima pemangku kepentingan utama; akademisi,

komunitas, pemerintah, pelaku bisnis, dan media. Sebagai model pembangunan sosial ekonomi, pentahelix mengandalkan sinergi dan kerjasama erat antar pihak untuk mencapai kemajuan bersama.

Beatrice dan Hertati (2023) menyatakan bahwa pengembangan UMKM memiliki peran penting dalam pemulihan ekonomi dan peningkatan pendapatan daerah. Salah satu cara efektif untuk mencapai hal ini adalah dengan mensinergikan semua pihak terkait dalam sebuah model yang dikenal sebagai model pentahelix. Kolaborasi antar *stakeholder* yang terlibat dalam model ini dianggap mempunyai peran yang signifikan dalam menciptakan UMKM yang lebih kompetitif dan membuka peluang usaha. Trianti et al. (2024) menyatakan bahwa kemajuan UMKM saat ini memerlukan pendekatan strategis melalui model pentahelix yang memiliki peran aktif dari berbagai pemangku kepentingan. Kolaborasi ini sangat penting untuk mendorong kemajuan

UMKM, dalam pengembangannya kerjasama antara berbagai pihak lain sangatlah penting terutama dalam upaya pemulihan ekonomi pasca pandemi.

Fokus utama permasalahan yang dibahas 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. 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. 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.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam 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.

Penelitian ini memberikan penjelasan mengenai strategi dalam penerapan model pentahelix khususnya UMKM yang bergerak sektor makanan dan minuman yang ada di Kota Malang. Model ini melibatkan lima pemangku kepentingan (akademisi, komunitas, pemerintah, pebisnis, dan media sosial). Pendekatan tersebut berfungsi untuk mengisi kesenjangan dalam kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam model pentahelix yang masih dianggap masih lemah dan belum terstruktur, sehingga sering kali mempengaruhi kinerja UMKM dalam menghadapi persaingan pasar.

Adapun rumusan masalah yang akan menjadi objek penelitian ini antara lain yaitu:

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?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan instrument penelitian, dan analisis data berupa statistik. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh hipotesis yang sudah ditetapkan dalam penelitian ini. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018) metode penelitian yang berlandaskan dengan filsafat positivisme, dan banyak digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Metode kualitatif digunakan dengan wawancara mendalam.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Malang. Penelitian ini memiliki fokus penelitian pada UMKM di sektor makanan dan minuman yang ada di Kota Malang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada responden UMKM makanan dan minuman Kota Malang. Penyebaran kuesioner tersebut dilakukan melalui google form, sehingga mempermudah

responden dalam mengakses dan mengisi data yang di perlukan. Selain kuesioner juga menggunakan wawancara mendalam.

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis data melalui *Structural Equation Modelling* (SEM). Hipotesis yang sudah dirumuskan pada penelitian ini diuji menggunakan Partial Least Squares (PLS) versi 4.0 sebagai alat teknik analisis data yang melakukan perbandingan antara beberapa variabel dependen dan variabel independen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Peran Akademisi terhadap Peningkatan Kinerja UMKM

Akademisi sebagai *stakeholder* dalam hal ini perguruan tinggi dan lembaga penelitian, sangat penting bagi pertumbuhan UMKM dan terciptanya masyarakat berbasis pengetahuan dan kapasitas. Hasil yang relevan dengan kondisi UMKM saat ini di Kota Malang, dimana peran akademisi sangat membantu dalam peningkatan kinerja UMKM. Dapat diartikan bahwa pelaku UMKM di Kota Malang menyadari pentingnya akademisi dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui pemberian literasi mengenai apa saja yang dibutuhkan untuk bisnis UMKM agar tetap berkembang. Hasil penelitian pada variabel akademisi menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi variabel akademisi P-Value sebesar 0,005 nilai signifikansi $P < 5\%$ (0,05) dan nilai T sebesar 2,81.

Peran akademisi memiliki hubungan yang sangat penting dalam membantu UMKM untuk meningkatkan kinerjanya. Dengan adanya kolaborasi antara akademisi dengan UMKM ini dapat meningkatkan daya saing, dan kualitas produk agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Hafidz et al. (2023) menyatakan bahwa akademisi dalam hal ini perguruan tinggi turut berperan dalam meningkatkan kinerja

UMKM, yang telah melakukan upaya peningkatan kapasitas pengetahuan UMKM di Kecamatan Medan Labuhan. Universitas Sumatera Utara telah melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk UKM Wanita Mandiri di Kecamatan Medan Labuhan dengan hasil yang baik. UKM Perempuan Mandiri telah memiliki brand dan logo yang dibuat pada saat pelatihan dan pendampingan. Trianti et al. (2024) menyatakan bahwa peran akademisi tidak hanya melibatkan dosen saja, namun mahasiswa juga berpartisipasi aktif melalui pendampingan UMKM, sehingga dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap peningkatan kemampuan manajemen UMKM.

Pengaruh Peran Komunitas terhadap Peningkatan Kinerja UMKM

Komunitas sebagai *stakeholder* yang berperan penting dalam peningkatan kinerja UMKM. Dimana komunitas adalah kelompok individu yang saling berbagi pengalaman dalam suatu lingkungan tertentu dan memiliki kesamaan minat dan pekerjaan. Pembentukan komunitas dilakukan sebagai tempat untuk pelaku UMKM agar dapat berkomunikasi secara mudah dengan pelaku UMKM yang lain untuk saling mengembangkan diri, dalam hal ini dengan adanya komunitas dapat mempermudah dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Hasil penelitian pada variabel komunitas menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi variabel komunitas P-Value sebesar 0,006 nilai signifikansi $P < 5\%$ (0,05) dan nilai T sebesar 2,72.

Peran komunitas memiliki hubungan yang sangat penting dalam membantu UMKM untuk meningkatkan kinerjanya. Hal ini dapat dilihat dari berbagai kontribusi komunitas, mulai dari memberikan informasi mengenai bahan baku yang berkualitas, informasi mengenai pelatihan dan sosialisasi, serta informasi

mengenai tempat pemasaran produk. Dukungan yang diberikan oleh komunitas ini tidak hanya membantu UMKM memperoleh sumber daya yang lebih baik tetapi juga memperluas jaringan bisnis mereka, sehingga mempermudah akses ke pasar yang lebih luas. Dengan adanya kolaborasi ini dapat mendukung peningkatan kinerja UMKM secara signifikan.

Hafidz et al. (2023) menyatakan bahwa Komunitas membantu bisnis mempromosikan produk, serta komunitas menyediakan wadah untuk berbagi dan bertukar ide dan pengalaman demi kemajuan setiap bisnis. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa upaya pemerintah membentuk komunitas di Kecamatan Medan Labuhan memberikan dampak positif bagi UMKM dan masyarakat itu sendiri. Trianti et al. (2024) menyatakan bahwa dengan adanya komunitas, pelaku UMKM dapat berbagi ide, membangun relasi, bertukar informasi tentang pemasok bahan baku, serta dapat berkolaborasi untuk memahami pasar secara luas. Lingkungan yang kolaboratif ini dapat mendorong pelaku UMKM dalam meningkatkan omset penjualannya.

Pengaruh Peran Pemerintah terhadap Peningkatan Kinerja UMKM

Pemerintah berfungsi untuk mengatur serta mendorong pihak-pihak yang lain untuk ikut serta dalam peningkatan UMKM, khususnya pada UMKM Kota Malang. Hasil penelitian pada variabel pemerintah menunjukkan hasil yang tidak signifikan dengan nilai signifikansi variabel pemerintah $P\text{-Value}$ sebesar 0,71 nilai signifikansi $P = < 5\%$ (0,05) dan nilai T sebesar 0,36.

Peran pemerintah dalam sektor UMKM ini adalah dengan memberikan bantuan program secara fisik dan non- fisik. Bantuan program secara fisik, pemerintah memberikan bantuan modal berupa pemberian alat untuk menunjang efektivitas produksi UMKM. “Untuk pemberian

bantuan alat kepada UMKM biasanya harus ada syarat dan seleksi terlebih dahulu agar bantuan tersebut tepat sasaran,” kata Ibu Nanda. Sedangkan bantuan secara non-fisik pemerintah memberikan program- program pelatihan dan sosialisasi, serta memberikan fasilitas kelas praktek dan kemudahan dalam pengurusan izin usaha seperti, pengurusan Nomor Izin Berusaha (NIB), pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), BPOM, Halal, dan perizinan lainnya. “Untuk perizinan berusaha kita bekerjasama dengan beberapa instansi, agar mempermudah proses perizinan tersebut, untuk NIB, PIRT kita arahkan ke dinas perizinan, untuk pengurusan Halal kita arahkan ke Halal Center, dan untuk pengurusan HKI (merek) kita bekerja sama dengan KEMENKUMHAM,” kata Ibu Nanda.

Dukungan yang diberikan oleh pemerintah ini memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan UMKM, melalui program pelatihan dan pendampingan UMKM, kemudahan legalitas usaha, bantuan alat produksi, pemerintah juga dapat memfasilitasi pemasaran produk UMKM melalui pameran dan pengembangan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. “Saya sering mbak mengikuti pameran produk, biasanya fasilitas sudah disediakan oleh Bank Indonesia, mulai dari tempat pameran, transportasi dll,” Kata UMKM Rurie selaku Mitra Bank Indonesia. Dalam hal ini peran pemerintah tidak hanya dari Diskopindag Kota Malang saja, namun Bank Indonesia juga termasuk kedalam pemerintah dengan memberikan pelatihan dan pembinaan bisnis kepada para UMKM. Oleh karena itu, peran pemerintah sangat penting dalam membantu UMKM untuk meningkatkan kinerja usaha dalam jangka panjang.

Beatrice dan Hertati (2023) menyatakan bahwa kegiatan pengembangan dalam peningkatan kinerja UMKM yang dilakukan oleh pemerintah khususnya pemerintah Kota Surabaya Surabaya seperti penyediaan penyediaan fasilitas,

bimbingan, pendampingan, serta dukungan dalam penguatan untuk mengembangkan dan meningkatkan daya saing UMKM. Ishak dan Sholehah (2021) menyatakan bahwa dukungan pemerintah memiliki peran krusial bagi para pelaku UMKM. Peran pemerintah dalam mendorong pengembangan UMKM secara efektif dan optimal diwujudkan melalui fungsinya sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator.

Pengaruh Peran Pelaku Bisnis terhadap Peningkatan Kinerja UMKM

Pelaku bisnis memiliki peran sebagai enabler. Pelaku UMKM Kota Malang menjadi pelaku utama dalam peningkatan UMKM saat ini, dikarenakan para pelaku UMKM inilah yang menjalankan usaha. Hasil penelitian pada variabel pebisnis menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi variabel pelaku bisnis P-Value sebesar 0,005 nilai signifikansi $P = < 5\%$ (0,05) dan nilai T sebesar 2,82.

Peran pelaku bisnis juga sangat penting dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan untuk membantu meningkatkan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM yang ada di Kota Malang., dengan adanya bimbingan langsung dari pebisnis yang berpengalaman, UMKM dapat lebih efektif dalam menjalankan bisnisnya serta mampu menghadapi berbagai tantangan yang ada di dunia usaha. Pelatihan tersebut menjadi salah satu cara strategis untuk memperkuat UMKM khususnya yang ada di Kota Malang.

Beatrice dan Hertati (2023) menyatakan bahwa peran bisnis sebagai pendukung bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan keterampilan melalui pelatihan atau pengetahuan yang diperoleh untuk mendorong perubahan dalam produk sumber daya manusia, dan proses bisnis yang mereka jalankan. Sultan et al. (2024) menyatakan bahwa pelaku bisnis

memiliki peran yang sangat penting melalui kerjasama untuk mendorong pertumbuhan dan keberhasilan UMKM.

Pengaruh Peran Media Sosial terhadap Peningkatan Kinerja UMKM

Media sosial berfungsi sebagai ekspander. Media sosial memiliki peran sebagai pendukung publikasi dalam upaya UMKM untuk mempromosikan diri dan membangun mereknya. Media sosial memegang peranan penting dalam peningkatan UMKM khususnya di era saat ini yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi dan pengetahuan yang sangat pesat. Media sosial berfungsi sebagai platform yang dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran dari produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM, serta dalam mempercepat penyampaian informasi. Peningkatan kinerja bisnis pelaku UMKM akan membaik jika peran media dan empat peran lainnya dimanfaatkan dengan baik. Hasil penelitian pada variabel media menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi variabel komunitas P-Value sebesar 0,000 nilai signifikansi $P = < 5\%$ (0,05) dan nilai T sebesar 4,53.

Pemanfaatan media sosial dianggap sebagai alat penting dalam pengembangan UMKM, dikarenakan media sosial sangat mendukung peningkatan penjualan produk UMKM. Selain menggunakan media sosial instagram, para pelaku UMKM juga memanfaatkan Whatsapp Business untuk memasarkan produk mereka. Melalui Whatsapp *Business*, pelaku UMKM dapat dengan mudah menyampaikan informasi mengenai produk yang dihasilkan melalui katalog yang tersedia di Whatsapp *Business* para pelaku UMKM. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan Whatsapp *Business* untuk mempromosikan produk mereka melalui story whatsapp.”Saya memang lebih aktif menggunakan media sosial whatsapp untuk promosi produk, biasanya saya membuat story whatsapp tentang kegiatan kirim barang atau video produk” Kata

UMKM Nori Crispy. “Dengan sosial media juga orang-orang banyak yang tau tentang produk saya, jadi permintaan produk dan peminatnya juga semakin bertambah mbak,” Kata UMKM Rurie. Beatrice dan Hertati (2023) menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial dalam pengembangan UMKM dianggap sangat mendukung peningkatan penjualan produk UMKM. Jika dimanfaatkan secara maksimal, peran media sosial dapat membantu dan memberikan dampak yang positif bagi pengembangan dan peningkatan kinerja UMKM. Sultan et al. (2024) menyatakan bahwa keterlibatan dukungan media sosial dalam pemasaran produk UMKM dinilai sangat efektif dan dapat meningkatkan persepsi dan minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Pengaruh Stakeholder Pentahelix Secara Bersama-sama Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM

Peran *stakeholder* dalam pentahelix secara bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat penting dalam upaya peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Kota Malang. Model pentahelix yang melibatkan akademisi, komunitas, pemerintah, pelaku bisnis, dan media berperan sebagai penggerak utama dalam menciptakan lingkungan usaha yang mendukung pertumbuhan dan peningkatan kinerja UMKM. Jika pemangku kepentingan dalam model pentahelix berkolaborasi secara bersama-sama, UMKM dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar, meningkatkan daya saing, serta berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional.

Hasil perhitungan data kuantitatif variabel independen (akademisi, komunitas, pemerintah, pelaku bisnis, dan media) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (peningkatan kinerja) dengan hasil perhitungan, maka dapat disimpulkan bahwa Fhitung sebesar 58,88 dan Ftabel

sebesar 2,31. Dalam hal ini $F_{hitung} 58,88 \geq F_{tabel} 2,31$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil ini juga diperkuat oleh pendapat Trianti et al., (2024) bahwa dukungan dari berbagai pemangku kepentingan dalam model pentahelix meliputi akademisi, pelaku usaha, komunitas, media sosial, dan pemerintah dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan dan keberhasilan pelaku UMKM. Jika semua pemangku kepentingan dalam model pentahelix ini mendukung dan mempromosikan UMKM, hal ini tidak hanya akan meningkatkan keberadaan mereka tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan reputasi mereka di pasar yang lebih luas. Menurut Beatrice dan Hertati (2023) bahwa pengembangan UMKM khususnya pada UMKM Manggarsari Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya tidak dapat berjalan optimal tanpa adanya sinergi dari kelima pemangku kepentingan dalam model pentahelix. Dengan keterlibatan aktif seluruh elemen pentahelix, UMKM dapat berkembang lebih pesat, meningkatkan daya saing, serta berkontribusi pada pemulihan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan daerah.

KESIMPULAN

Simpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model pentahelix memberikan dampak positif dan signifikan terhadap pengembangan dan peningkatan kinerja UMKM di Kota Malang 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 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, dan tempat pemasaran produk. Pemerintah memberikan dukungan melalui program pelatihan dan pendampingan, fasilitas 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 peningkatan kinerja UMKM dan dapat menghambat potensi pertumbuhan UMKM secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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/NTM11zl=/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-fashion-menurut-kecamatan-di-kota-malang.html>
- 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>
- 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>
- Kementrian Keuangan RI. (2023). *RAPBN 2024, Rangka Krusial Melajukan Indonesia*.
<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*. OJK.
<https://ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-20-Tahun-2008-tentang-Usaha,-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Malang.go.id. (2024). *Malang City Portal*
- Mohammad Hoiron. (2017). *Digital Digital Repository Repository Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Universitas Jember Jember*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Tanzil, Astrid, Susan, A. (2022). *Pentahelix* (Dini Oktaviyanti (ed.)). PT Baskara Cipta Karya.
<https://play.google.com/store/books/details?id=fgeoEAAAQBAJ>
- Trianti, K., Kurniati, R. R., Widayawati, E., & Aini, Y. N. (2024). *MSME Development Strategy with Pentahelix*

Widuroyeki, Hardati, Trianti –Strategi Pentahelix dalam Peningkatan Kinerja UMKM 212

Model (Study on MSMEs in Malang City). 805–817.