

**STRATEGI PENGUATAN UMKM MELALUI MODEL PENTAHELIX
DI KABUPATEN PURWOREJO**

Tri Wahyu Lestari, Uswatun Chasanah, Muhammad Mathori
Program Studi Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta
Email: ayu.stiera@gmail.com, uswatun.chasanah31@stieww.ac.id,
muhammadmathori@gmail.com

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis UMKM pelaku ekspor di Kabupaten Purworejo yang bergerak di cluster gula tepatnya Koperasi Wanita Srikandi dan Koperasi Karmatera. Data hasil analisis selanjutnya digunakan sebagai bahan acuan merumuskan langkah strategis berupa rancang bangun model peningkatan daya saing UMKM melalui kolaborasi pentahelix. Sinergitas antar pihak yang berkepentingan memberikan ruang ekspor bagi UMKM agar berdaya saing dalam bertahan maupun meningkatkan ekspor produk UMKM. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif untuk merumuskan rancang bangun model peningkatan daya saing UMKM. Data diperoleh hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antar stakeholder diharapkan mampu menjadi model untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar internasional (ekspor).

Kata Kunci: UMKM, Ekspor, Pentahelix.

Abstract:

This study aims to analyze MSME exporters in Purworejo Regency which operate in the sugar cluster, specifically the Srikandi Women's Cooperative and the Karmatera Cooperative. The data from the analysis is then used as reference material to formulate strategic steps in the form of designing a model to increase the competitiveness of MSMEs through pentahelix collaboration.

Synergy between interested parties provides export space for MSMEs to be competitive in surviving and increasing exports of MSME products. This research was conducted using a qualitative approach to formulate a model design for increasing the competitiveness of MSMEs. Data was obtained from interviews, field notes and documentation, by organizing the data into categories, describing it into units, synthesizing it, arranging it into patterns, choosing what is important and what will be studied, and making conclusions. The research results show that collaboration between stakeholders is expected to be a model for increasing the competitiveness of MSMEs in international markets (exports).

Keywords: UMKM, Pentahelix, Export

PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM di Indonesia menjadi sektor strategis bagi pertumbuhan ekonomi terbukti dari data Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) yang diolah dari data BPS, UMKM mampu memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% dan penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, namun demikian berbanding terbalik dengan kontribusi UMKM terhadap ekspor yang rendah yaitu sebesar 15,65% dari total nilai ekspor nasional pertahun, angka tersebut jauh tertinggal dibanding beberapa negara lain, seperti Thailand 29%, Singapura 41%, atau Tiongkok diangka 60 %.

Rendahnya ekspor UMKM disebabkan oleh kendala internal seperti kualitas produk, manajemen usaha tradisional dan sumber daya manusia, kendala eksternal seperti inkonsistensi kebijakan pusat terkait ekspor, melemahnya pertumbuhan ekonomi dunia (Prasetyo & Wibowo, 2022). Menuju perekonomian Indonesia yang lebih baik erat hubungannya dengan upaya meningkatkan nilai ekspor UMKM, oleh karena itu diperlukan sinergitas berbagai pihak melalui pendampingan terintegrasi. Potensi bidang ekonomi di negara Indonesia mulai diperhatikan oleh pasar internasional, predikat pemegang ekonomi terbesar di Asia Tenggara membawa Indonesia dalam posisi yang strategis.

Indonesia dengan penganut sistem ekonomi terbuka yang mengandalkan *return* dari perdagangan luar negeri, sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan ekspor berkontribusi besar bagi devisa negara yang menjadi sumber biaya pembangunan di berbagai sektor. Sebelumnya, keterlibatan dalam pasar internasional hanya dimungkinkan bagi perusahaan-perusahaan berskala besar, namun demikian keterbukaan perdagangan dan perkembangan manufaktur, transportasi, serta komunikasi semakin membuka kesempatan internasionalisasi bagi UMKM (Dabic, 2020). Keterlibatan UMKM di pasar internasional memberikan kesempatan untuk terus berkembang melalui kegiatan ekspor, adopsi teknologi dan beroperasi di pasar internasional.

Kabupaten Purworejo merupakan salah satu kabupaten yang berada di provinsi Jawa Tengah dengan jumlah penduduk sebanyak 771.000 jiwa dengan luas wilayah 1035 km² terbagi menjadi 16 wilayah kecamatan. Kabupaten Purworejo memiliki potensi nilai ekspor seperti gula semut, produk pertanian, kerajinan bambu, tekstil dan lainnya. Selain potensi nilai ekspor Kabupaten Purworejo memiliki potensi UMKM yang besar dengan jumlah 48.262 dengan total penyerapan tenaga kerja sebanyak 73.625, total omset Rp 1.283.046.717.000,- dan total aset Rp 157.527.976.000,-. Selain besarnya jumlah UMKM Kabupaten Purworejo memiliki potensi unggulan yaitu gula. Gula memiliki peluang pasar yang sangat luas baik pasar domestik maupun internasional sehingga hal ini menjadi pertimbangan mengapa potensi ini harus dikembangkan. Adapun sebaran potensi *cluster* gula baik gula kelapa maupun gula aren tersebar di 14 kecamatan dengan jumlah pengrajin sebanyak 7.648 dengan total penyerapan tenaga kerja sebanyak 7.648.

Selain penyerapan tenaga kerja UMKM penghasil produk berupa gula semut di Kabupaten Purworejo sudah melakukan kegiatan ekspor diantaranya Koperasi Wanita Srikandi dan Koperasi Karmatera. Adapun negara tujuan ekspor diantara lain Amerika, Australia, Kanada, Belanda, Irlandia, dan Eropa. Sebaran pemberdayaan petani gula binaan Koperasi Wanita Srikandi dan Koperasi Karmatera diantaranya Kabupaten Kebumen, Wonosobo, Purbalingga, Magelang, Kulonprogo dan Purworejo. Petani gula di Kabupaten Purworejo yang menjadi mitra dua koperasi ini terdapat di Kecamatan Bener dan Kecamatan Bagelen atau 14% dari total jumlah sebaran petani gula di Kabupaten Purworejo yang pada artinya diperlukan ekspansi jumlah petani binaan di 12 kecamatan lainnya.

Adanya pihak ketiga dalam skema ekspor juga menjadi permasalahan, perihal ini dinilai merugikan petani dikarenakan harga jual produk yang rendah. Namun demikian ekspor yang sudah dilakukan merupakan sebuah keberhasilan yang perlu dikuatkan, dengan harapan keberhasilan yang didapatkan mampu diikuti UMKM lainnya menuju pasar internasional melalui produk-produk unggulannya. Menuju pasar internasional bukan perkara yang mudah, beberapa tahapan yang membutuhkan biaya besar serta komitmen yang tinggi harus dilalui pelaku UMKM. Penerapan strategi yang tepat, sumber daya manusia yang mendukung dan manajemen usaha menjadi kunci untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas ekspor produk UMKM di kabupaten Purworejo.

Memposisikan UMKM sebagai sasaran pembangunan harus didasari komitmen dan juga koordinasi yang baik antara pemerintah, pelaku usaha, lembaga non bisnis (komunitas), akademisi dan media atau yang dikenal dengan kolaborasi Pentahelix. Pentahelix merupakan kolaborasi 5 pilar utama yaitu pelaku usaha/praktisi, komunitas, akademisi, pemerintah dan media (Riyanto, 2018), Teori Pentahelix merupakan perkembangan dari teori Triple Helix (Etzkowitz et al, 2008). Melalui kolaborasi Pentahelix *Academic, Business, Comunity, Goverment, Media* atau disebut dengan istilah ABCGM. Penerapan strategi bersaing yang berbasis pada ekonomi jaringan (kemitraan).

Stakeholder mendukung pengembangan usaha mikro kecil dan menengah secara keseluruhan dan berkelanjutan dengan cara memberi dukungan positif dan nyata terhadap pengembangan sumber daya manusia, teknologi, informasi, akses pendanaan serta pemasaran produk. Perluasan pasar ekspor menjadi indikator membangun iklim usaha yang berbasis kerakyatan khususnya di wilayah Kabupaten Purworejo.

Definisi UMKM diatur dalam Undang – Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU mendefinisikan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki pendapatan dalam setahun maksimum sebesar Rp 300 juta dengan aset bisnis maksimal Rp 50 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan/cabang/ menjadi bagian langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha dengan kepemilikan kekayaan bersih antara Rp 50 juta – Rp 500 juta dengan pendapatan pertahun RP 300 juta – Rp 2,5 miliar. Usaha Menengah adalah usaha yang bersifat sama dengan usaha kecil, namun perbedaan terletak dalam kepemilikan kekayaan yang mana usaha menengah memiliki kekayaan bersih minimal Rp 500 juta dengan pendapatan pertahun minimal Rp 2,5 miliar dan maksimum Rp 50 miliar.

Pengertian ekspor yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2006, tentang Kepabean dan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2014 tentang perdagangan menyebutkan bahwa ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah kepabean. Daerah Pabean adalah wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, laut, udara serta tempat tertentu di zona Ekonomi Eksklusif dan landas kontinen yang didalamnya berlaku undang-undang kepabean. Tandjung Marlop (2011), Ekspor adalah perdagangan dengan cara mengeluarkan barang dari dalam keluar wilayah Pabean suatu Negara ke Negara lain dengan ketentuan yang berlaku terutama mengenai peraturan kepabeanan.

Pendapat lain Amir (2007:1), ekspor adalah upaya melakukan penjualan komoditas di Indonesia kepada negara lain, dengan mengharapkan pembayaran dalam valuta asing. Dalam bukunya (Feriyanto 2015) Eksporthir adalah seorang yang dapat melakukan ekspor dan yang telah memiliki surat ijin usaha perdagangan (SIUP) dan ijin usaha dari Departemen Teknis, Lembaga Pemerintah Non Departemen berdasarkan ketentuan yang berlaku.

Menurut Michael Porter (1985), strategi adalah alat untuk mencapai suatu keunggulan bersaing. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional serta perlu mempertimbangkan baik faktor eksternal maupun internal yang dihadapi perusahaan (David, 2011). Perencanaan strategi hampir selalu di mulai dari "apa yang dapat terjadi", bukan mulai dari "apa yang terjadi". Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan. Menurut (Hunger, 2010) strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.

Menurut Porter, strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi (Porter, 1985). Strategi bersaing adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungan disekitarnya. Daya saing merupakan inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Strategi bersaing adalah usaha mencari posisi yang kompetitif yang dapat menguntungkan perusahaan dalam suatu industri, pencarian area fundamental yang terjadi persaingan. Strategi bersaing bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan yang menentukan persaingan industri (Porter, 1985).

Pentahelix adalah sebuah model inovatif pengembangan dari model QuadrupleHelix yang menghubungkan Akademisi, praktisi/bisnis, Komunitas, Pemerintah dan Media untuk menciptakan ekosistem berdasarkan kreatifitas dan pengetahuan, dimana yang diharapkan dari konsep ini adalah sebuah solusi untuk pengembangan kreatifitas, inovasi dan teknologi pada industry kreatif. Unsur Penta Helix merupakan perkembangan dari Triple Helix dengan unsur-unsur Academic, Business, community, Government dan Media. Sejarah perkembangan konsep sinergitas dimulai dengan gagasan triple helix yang diadopsi dari teori Etzkowitz & Leydesdorff pada tahun 2000. Sedangkan konsep pentahelix diusulkan oleh Riyanto pada tahun 2018. Mengikutsertakan media yang saat ini peranannya sangat signifikan dalam mengembangkan modal sosial pembangunan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif untuk merumuskan rancang bangun model peningkatan daya saing UMKM. Data diperoleh hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi UMKM di Kabupaten Purworejo

UMKM dikabupaten purworejo di cluster gula, dalam penelitian ini yaitu Koperasi Wanita Srikandi dan Koperasi Karmatera memiliki beberapa permasalahan diantaranya jumlah petani gula binaan koperasi ini mencapai angka 14% dari 14 kecamatan sebaran petani gula kelapa. Sebaran terpusat di 2 Kecamatan yaitu Bener dan Bagelen angka ini sangat rendah dan perlu dilakukan upaya peningkatan. Selain lemahnya sebaran petani binaan terdapat perbedaan skema ekspor:



Gambar 1. Skema Ekspor Koperasi Karmatera

Sumber: Hasil Peneliti 2023

Pada skema ekspor diatas Koperasi Karmatera menggunakan pihak ketiga yaitu PT MIO. Pada skema ini memungkinkan harga jual produk lebih rendah dikarenakan adanya pihak ketiga akan tetapi koperasi akan pada titik aman karena tidak menanggung kerugian disisi lain aman pertumbuhan petani gula maupunkoperasi menjadi cenderung melambat. Fokus petani yang pada kali ini dal am status memenuhi kebutuhan bahan baku bagi PT MIO yang berkedudukan di Kulon Progo berdampak kurang baik, kondisi ini akan mempengaruhi berkurangnya multiplier effect terhadap pendapatan daerah, sehingga trickledown effect tidak berjalan seperti yang diharapkan.

Strategi Bersaing UMKM di Kabupaten Purworejo

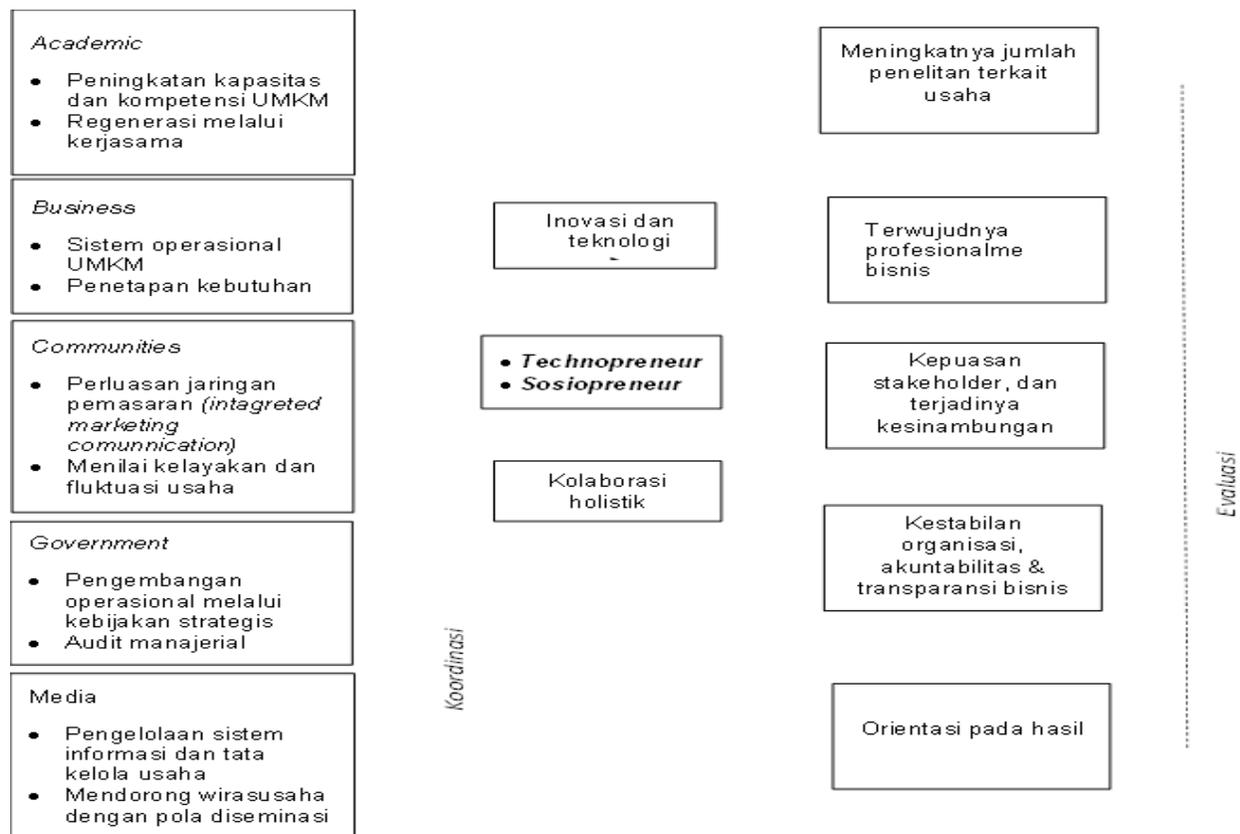
Menganalisis dari hasil wawancara dan observasi maka strategi bersaing yang digunakan oleh Koperasi Wanita Srikandi dan Koperasi Karmatera memiliki keunggulan ditinjau dari sisi internal perusahaan seperti produk yang berkualitas dan berstandar sejalan dengan jawaban informan 1 Ketua Koperasi Wanita Srikandi. Selain produk yang berkualitas daya saing terletak pada model penguatan kemitraan dalam usaha Model ini mampu memiliki banyak keuntungan diantaranya : Meningkatkan produktivitas dan kreatifitas usaha, Efisiensi, Jaminan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas, menurunkan resiko kerugian dan memberikan social benefit yang cukup tinggi.

Bagi usaha kecil kemitraan juga menghasilkan keuntungan karena turut mengambil manfaat dari pasar, modal, teknologi, dan manajemen kewirausahaan yang dikuasai oleh usaha besar. Sedangkan dari sisi eksternal adanya dukungan serta pemerintah dalam proses usaha, fasilitas pengembangan yang diberikan pemerintah, kemudahan perijinan, pelatihan dan pendampingan usaha.

Rancang Bangun Model Penguatan UMKM Kolaborasi Pentahelix

Keterlibatan stakholder perlu dikuatkan untuk merangsang munculnya inovasi agar UMKM mampu bertahan terlebih menjadi UMKM yang memiliki tingkat ekspor yang tinggi sehingga terpenuhinya permintaan pasar. Transformasi layanan menjadi serba online dan pemanfaatan berbagai platform digital yang ada, memberikan nilai baru pada produk maupun jasa, menentukan strategi dalam berinovasi, menciptakan ataupun modifikasi produk yang akan menarik minat pembeli baik dilingkup domestik maupun internasional. Mengubah pesaing usaha menjadi mitra kerja dan bekerja sama mencapai tujuan perusahaan, hal ini mampu menjauhkan dari persaingan dan perang harga.

UMKM agar dapat bertahan dan bersaing secara kompetitif dipasar global dapat melakukan transformasi dengan merubah klasifikasi menjadi Tecnososiopreneur yang memiliki arti technopreneur merupakan wirausaha yang bergerak menciptakan inovasi teknologi dan sosiopreneur dapat mendayagunakan inovasi untuk kepentingan sosial. Inovasi dan digitalisasi dalam sebuah usaha menjadi alternatif untuk mempermudah proses bisnis. Sinergitas stakeholder mendukung percepatan penguatan UMKM. Apabila digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2 Rancang Bangun Strategi Bersaing dengan Model Pentahelix
Sumber: Hasil Peneliti 2023

Academic berperan sebagai sumber keilmuan untuk peningkatan kompetensi UMKM melalui penelitian dan kajian. Penelitian mengenai strategi pemasaran, keuangan, digitalisasi keuangan, teknologi tepat guna yang nantinya dapat diaplikasikan langsung untuk mendukung UMKM baik melalui kerjasama, konsultasi, maupun pendampingan usaha. Selain itu data kajian inilah yang nantinya diharapkan mampu menjadi sumber inovasi, serta menjadi bahan masukan dalam penetapan arah kebijakan pemerintah dengan mempertimbangkan aspek komoditas lokal yang dapat dikembangkan.

Business berperan sebagai enabler menjadi pemangku kepentingan yang mampu menghadirkan sistem terintegrasi dalam usahanya yang memiliki arti, mengintegrasikan berbagai fungsi bisnisnya seperti manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, manajemen rantai pasokan, produksi dan penjualan menjadi satu sistem tunggal. Demikian dapat mempermudah pelaku usaha dalam menganalisa penetapan kebutuhan usaha sehingga terwujudnya profesionalisme bisnis. Pelaku usaha yang berkecimpung di cluster yang sama tidak lagi bersaing justru menjadi mitra untuk bertumbuh bersama melalui kesepakatan antar keduabelah pihak.

Communities menjadi agen penghubung antara stakeholder, perluasan jaringan pemasaran dengan pendekatan Integrated Marketing Communication (IMC) yang memungkinkan para pelaku mencapai hasil yang lebih efektif dan efisien. IMC, merupakan suatu proses bisnis yang menggunakan perencanaan, eksekusi, koordinasi, dan pengukuran dari semua aktivitas komunikasi yang ditujukan konsumen. Pengelolaan komunikasi yang baik akan menyelaraskan persepsi stakeholder dan membangun keterikatan satu sama lain, dengan demikian perluasan jaringan pemasaran akan terbentuk.

Government sebagai regulator atau pengambilan kebijakan menjadi leader bagi seluruh pemangku kepentingan. Edukasi standarisasi produk, perizinan, akses pemasaran, pendanaan, kemitraan dan pembentukan koperasi/wilayah sentra produksi gula semut berbasis zonasi. Audit juga perlu dilakukan untuk mengidentifikasi kegiatan, program, dan aktivitas yang masih memerlukan perbaikan, sehingga dengan rekomendasi yang diberikan nantinya dapat dicapai perbaikan atas pengelolaan berbagai program dan aktivitas usaha sehingga terwujudnya akuntabilitas usaha dan transparansi. Pemerintahan daerah menjadi jembatan untuk akses pemerintah pusat seperti kementerian maupun unsur yang dimaksud dalam pentahelix sehingga Integrasi dapat dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan.

Media yang berperan sebagai expander melakukan promosi dan penyebaran informasi. Melakukan branding menjadi tugas media dan pelaku usaha untuk mencapai pasar ekspor. Keberhasilan penyebaran informasi dan tingkat antusiasme masyarakat menjadi tolok ukur keberhasilan media dalam menyajikan informasi.

KESIMPULAN

Keberadaan UMKM di Kabupaten Purworejo dengan potensi cluster gula yang ada merupakan sebuah peluang untuk dikembangkan. Rendahnya angka sebaran petani gula yang menjadi mitra dari Koperasi Wanita Srikandi dan Koperasi Karmatera di wilayah Kabupaten Purworejo yang mencapai total angka 14% menjadi suatu ancaman berkembangnya cluster gula di Kabupaten Purworejo. Adanya pihak ketiga dalam skema ekspor Koperasi Karmatera memiliki dampak negative bagi petani gula dikarenakan rendahnya daya jual produk.

Eksportir langsung seperti Koperasi Wanita Srikandi butuh penguatan perluasan jaringan pemasaran, digitalisasi, dan teknologi. Sudut pandang lain eksistensi UMKM yang sudah berhasil melakukan ekspor mampu menjadi daya ungkit untuk mengembangkan UMKM di Kabupaten Purworejo. Strategi bersaing yang digunakan oleh Koperasi Wanita Srikandi dan Koperasi Karmatera memiliki keunggulan ditinjau dari sisi internal perusahaan seperti produk yang berkualitas dan berstandar.

Selain produk yang berkualitas daya saing terletak pada model penguatan kemitraan dalam usaha. Sedangkan dari sisi eksternal adanya dukungan serta pemerintah dalam proses usaha, fasilitas pengembangan yang diberikan pemerintah, kemudahan perijinan, pelatihan dan pendampingan usaha. Sinergitas stakeholder dalam hal ini academic, business, community, government dan media berperan untuk mendukung percepatan penguatan daya saing UMKM. Peran yang diberikan stakeholder membantu transformasi UMKM dengan merubah klasifikasi menjadi Tecnososiopreneur yang memiliki arti technopreneur merupakan wirausaha yang bergerak menciptakan inovasi teknologi dan sosiopreneur dapat mendayagunakan inovasi untuk kepentingan sosial.

Inovasi, digitalisasi dan bisnis berbasis kemitraan dalam sebuah usaha menjadi alternatif untuk mempermudah proses bisnis sehingga terwujudnya UMKM yang berdaya saing. Peluang ekspor yang terbuka luas harus dimanfaatkan dan terkoordinasi dengan baik agar dapat memberikan kemerdekaan bagi pelaku UMKM khususnya dan peningkatan perekonomian daerah. Implementasi skema yang direkomendasikan dalam penelitian ini diharapkan mampu menjadikan UMKM tangguh dan memiliki daya saing ekspor.

BIBLIOGRAFI

- Absah, Y., Fawzee, B.K., QmriH, I., & Muchtar, Y. C. (2016). Strategi Keunggulan Bersaing UMKM. 1-193.
- Amin, R. U.P. Al (2020). Sinergi Pentahelix Dalam Peningkatan Inovasi Stratup Digital Kota Cimahi. Universitas Komputer, 13-14.
- Amir, M.S. (2007). Ekspor Impor: Teori dan Penerapannya. Jakarta : PPM .
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dabic, M., Maley, J., Dana, L., Novak, I. & Pellegrini. (2020) Pathways of SME Internationalization : a bibliometric an systematic review. Small Business Economic, 55, 705-725

- David, F. (2011). *Manajemen Strategis - Konsep Edisi 13*. Jakarta: Salemba Empat
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1997). *Universities and the Global Knowledge Economy: A Triple Helix of University – Industry – Government Relations*. London : Cassel, 174 +viii pp.
- Feriyanto, A. (2015). *Perdagangan Internasional Kupas Tuntas Prosedur Ekspor Impor (1th ed.)*. Kebumen: Mediatara
- Husein Umar, (2011). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Lexy J. Moleong, (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya
- Lindberg, M., Lindgren, M., & Packendorff, J. (2014). *Quadruple Helix as a Way to Bridge the Gender Gap in Entrepreneurship: The Case of an Innovation System Project in the Baltic Sea Region*. *Journal of the Knowledge Economy*, 5:94–113
- Karunia, R, M., Puspaningtyas, A., Rohim, A. I (2018). Implementasi model pentahelix dalam pengembangan ekonomi kreatif di Surabaya studi pada (kampung keratif Putat Jaya) Surabaya. *Administrasi Negara*, 1-10. <https://publik.untag-sby.ac.id/backend/upload/pdf/4.pdf>. Diakses pada tanggal 07 juli 2023
- Mahrani Rangkuty, D. ., & Pangeran. (2023). *Ekspor Impor*. Surakarta : Tahta Media.
- Moleong, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurmalia. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM) Dengan Model Pentahelix (Studi pada UMKM Sentra Bordir dan Konfeksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)*. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/36161>. Diakses pada tanggal 16 maret 2023
- Porter, E. M. (1985). *Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance*, New York : Free Press
- Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press
- Ridwan. (2019). *Artificial Intelligence Model Based On Resource-Based View To Create Competitive Advantage Of Exports By Pontianak MSMES*. *Jurnal Kajian* Vol. 24 No. 3 September 2019 hal. 181 – 190
- Ruth. (2021). *Analisis Aktor dalam Tata Kelola Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Batu untuk Kualitas Internasional*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* Volume 7, Number 1, Juni 2021, pp. 31-44 P-ISSN: 2407-4012 | E-ISSN: 2407- 4551
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Suyanto. Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Yogyakarta : Pustaka
- Tandjung, Marolop. (2011). *Aspek dan Prosedur Ekspor – Impor*. Jakarta :SalembaEmpat.
- Today, Michael P. (2000). *Pembangunan ekonomi di dunia ketiga edisi ketujuh*. Jakarta:Erlangga. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Tri Wahyu Lestari, Uswatun Chasanah, Muhammad Mathori

Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David. (2010). Strategic Management and Business Policy Achieving Sustainability. Twelfth Edition. Pearson. Terjemahan, Salemba Empat Jakarta

Wibowo, Adhi Prasetyo Satrio. (2022). "Empowerment of Micro, Small, Medium and Enterprises Post Enactment of Act Number 11 Of 2020 Concerning Job Creation". Jurnal Budget : Isu Dan Masalah Keuangan Negara 7 (1).
<https://ejurnal.dpr.go.id/index.php/jurnalbudget/article/view/12>

Copyright holder:

Tri Wahyu Lestari, Uswatun Chasanah, Muhammad Mathori (s) (2023)

First publication right:

[Jurnal Syntax Admiration](#)

This article is licensed under:

