

## BAB 2

# IMPLEMENTASI KONSEP PENTAHelix DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM PENDUKUNG DESA WISATA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA CEPAKA

Jimmy Harry Putu Suarthana, I Ketut Sutapa, & Rani Kusumo Wardani

---

Konsep pentahelix sebagaimana dianjurkan oleh Menteri Pariwisata era tahun 2016, Arief Yahya, yang menjelaskan keterlibatan unsur *business, government, community, academic, dan media* (BGCAM) sangat menentukan dalam mengupayakan kebangkitan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan berbagai bisnis baru di masyarakat pada masa pandemi Covid-19. Kontribusi pelaku usaha (UMKM/*business*), pemerintah (*government*), masyarakat (*community*), akademisi (*academic*), dan media secara berimbang diharapkan mampu membantu masyarakat terbebas lebih cepat dari dampak Covid-19.

Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan menjabarkan konsep *pentahelix* sebagai model yang dianjurkan dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Dalam konsep tersebut, peran *business, government, community, academic, dan media* (BGCAM)

---

Jimmy Harry Putu Suarthana\*, I Ketut Sutapa, & Rani Kusumo Wardani

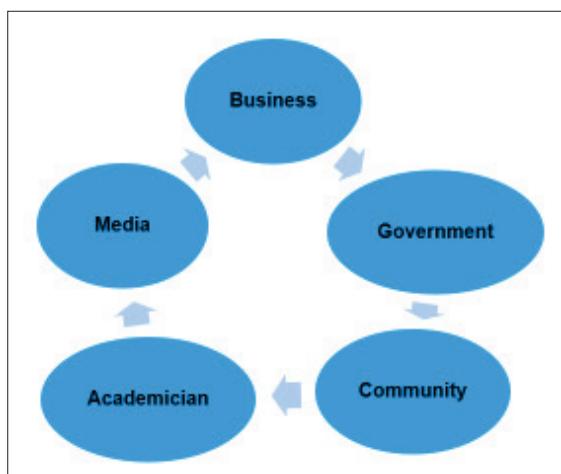
\*Universitas Triatma Mulya, e-mail: [putu.suarthana@triatmamulya.ac.id](mailto:putu.suarthana@triatmamulya.ac.id).

© 2024 Penerbit BRIN

Suarthana, J. H. P. Sutapa, I. K., & Wardani, R. K. (2024). Implementasi konsep pentahelix dalam meningkatkan daya saing UMKM pendukung desa wisata pada masa pandemi covid-19 di Desa Cepaka. Dalam N. L. P. A. Karta., N. M. A. Widiastini., & N. K. D. Irwanti. (Ed.), *Desa wisata dan UMKM pendukung pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Tabanan Bali (7–17)*. Penerbit BRIN. DOI: 10.55981/brin.612.c1248

sangat menentukan. Bahkan, Menteri Arief Yahya sering menyebut singkatan elemen *pentahelix* tersebut sebagai ABGCM (ABG Caem). Media sebagai unsur terakhir dalam model ini pada masa Covid-19 memberi kontribusi yang sangat besar di samping komponen lainnya. Dalam promosi pariwisata, peran media pada era digitalisasi 4.0 mendominasi. Penelitian Karta et al. (2019) menunjukkan bahwa bisnis *hospitality* di Bali *shifting* (bergeser) dari *marketing* konvensional ke digital. Sebanyak 43% bisnis *hospitality* menyatakan sering melakukan *digital marketing* dan 50% menyatakan sangat sering melakukan aktivitas *digital marketing*. Sementara itu, hanya 7% bisnis *hospitality* yang tidak melakukan aktivitas *digital marketing*. Media promo brosur, *flyer*, dan baliho mulai ditinggalkan dengan memberdayakan *e-commerce* masing-masing hotel.

Model *pentahelix* yang senantiasa dikumandangkan oleh Arief Yahya sebagai menteri pariwisata pada masa tersebut memberi gambaran kepada publik bahwa kontribusi unsur ABGCM dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan sangat berimbang. Secara ilustratif, unsur-unsur tersebut dijelaskan pada Gambar 2.1.



Sumber: Yunas (2019)

**Gambar 2.1** *Pentahelix*

Peran pelaku usaha (dalam hal ini UMKM), pemerintah sebagai penentu kebijakan, masyarakat sebagai pelaku sekaligus pengendali, dan akademisi sebagai pemberi ide dan media sangatlah menentukan keberhasilan pengembangan pariwisata. Desa didorong agar mampu mengembangkan berbagai inovasi dan bersinergi dengan akademisi, sektor swasta, pemerintah, dan media. Melalui model ini diharapkan pengembangan potensi desa akan berdampak pada kesejahteraan dan kemandirian masyarakat desa.

Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal (2021) menjelaskan bahwa fokus mereka tidak hanya pada sektor *hospitality*, tetapi juga pada pengembangan bisnis UMKM di Kendal. Digitalisasi UMKM dilakukan dengan upaya mengubah perilaku pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produknya dari konvensional menuju digital melalui pemanfaatan teknologi. Minimal setiap UMKM di Kabupaten Kendal didorong memiliki satu kontak WhatsApp, satu media sosial *mainstream*, satu Google Business atau Maps, dan satu *e-commerce mainstream*. Upaya ini memberi efek yang lebih baik bagi UMKM dalam meningkatkan pendapatan.

Penelitian Karta et al. (2021) menemukan bahwa upaya differensiasi dalam implementasi konsep *digital marketing 5 A* yang dilakukan oleh UMKM pada masa pandemi mampu membuat UMKM bertahan. Elemen 5 A terdiri dari *aware*, *appeal*, *ask*, *act*, dan *advocate*. Kelima elemen ini diimplementasikan dalam mengurangi kerugian. Sementara itu, Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (2021) menjelaskan bahwa kekuatan pengembangan potensi desa dan kawasan perdesaan perlu dukungan, komitmen, dan sinergi berbagai unsur sesuai konsep *pentahelix*.

Dalam dunia pendidikan, keterlibatan kelima unsur *pentahelix* juga menjadi prioritas. Kolaborasi ABGCM secara bersama-sama dikoordinasikan oleh akademisi. Menteri Pendidikan Nadiem Makarim dalam Makdori (2021) menyatakan bahwa program terbesar dalam pendidikan adalah digitalisasi sekolah yang membutuhkan berbagai macam *tool kit* teknologi informasi dan komputer (TIK) agar berakselerasi. Kini mulai dibentuk berbagai *platform digital* yang

dibutuhkan untuk proses pembelajaran secara digital. Media digital menjadi momok utama yang paling berkontribusi menghubungkan komponen *pentahelix* lainnya. Peran akademisi dalam mengerakkan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) mengalami perubahan besar dalam pergeseran era ini.

Pada era Revolusi Industri 4.0, aktivitas berbasis digital menjadi andalan perusahaan skala besar dan kecil dalam memasarkan produknya. Berbagai media promosi disusun dalam bentuk platform yang sederhana dan menarik para pembeli. UMKM pun diimbau untuk bergeser ke *digital marketing* agar lebih mendekat kepada pembeli. Literasi berbasis digital kini disosialisasikan kepada masyarakat petani, pelaku UMKM, dan warga masyarakat desa untuk berbagai kegiatan, termasuk pembelajaran dan promosi pariwisata. Pada era pandemi Covid-19, berbagai UMKM menjual produk makanan dan minuman dengan memanfaatkan media promosi digital. Mereka mulai dari media promo yang paling sederhana, seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Melalui media ini, banyak UMKM yang kreatif dan inovatif sehingga berhasil bertahan dari Covid-19. Mulai dari penjualan produk yang sederhana hingga yang unik bisa dilayani melalui media digital. Kehadiran platform digital, antara lain, GoFood, Grab, dan GoSend sangat memudahkan UMKM dalam menghantarkan produknya kepada pelanggan.

Tidak terbatas hanya pada produk, layanan jasa juga menggunakan media promo digital. Pemasaran hotel, restoran, destinasi wisata, jasa layanan kebersihan, serta layanan dokter (kesehatan) juga menggunakan media digital. Desa Cepaka, salah satu desa di Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, berkembang pesat sebagai desa tujuan wisatawan asing. Desa Cepaka menerapkan model *pentahelix* dalam mengemas dan menyinergikan desa wisata agar menjadi sebuah bisnis inklusif yang berpihak kepada masyarakat pada masa pandemi Covid-19 ini. Implementasi model *pentahelix* dalam bisnis inklusif di Desa Cepaka memberi manfaat yang berimbang bagi pelaku usaha, pemerintah, masyarakat, akademisi, dan keberhasilan promosi melalui media.

## A. Desa Cepaka dan Unsur *Pentahelix*

Desa Cepaka sebagai salah satu desa kecil yang terletak di perbatasan Kabupaten Tabanan dan Badung mengelola empat banjar, yakni Banjar Batanduren, Banjar Lalang Pasek, Banjar Cepaka, dan Banjar Pande. Banjar adalah istilah komunitas warga dalam wilayah tertentu yang sering disebut sebagai rukun warga (RW). Keempat banjar ini memiliki jumlah kepala keluarga (KK) yang berkisar antara 100–200 orang. Letak desa ini berkisar 45 kilometer dari Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai. Desa ini berdekatan dengan destinasi wisata Tanah Lot, Pantai Canggu, Pantai Munggu, dan Pantai Seseh. Letak desa ini yang dikelilingi destinasi wisata memberi peluang kerja kepada masyarakat yang didominasi pada sektor pariwisata. Data sekunder yang dikumpulkan dari Pemerintah Desa Cepaka (2020) menunjukkan bahwa 43% penduduknya bekerja pada sektor pariwisata. Ketika Covid-19 menyerang, keadaan perekonomian masyarakat Desa Cepaka mengalami keterpurukan. Beberapa UMKM yang biasa melayani permintaan produk-produk untuk dikirim ke hotel saat ini tidak berdaya lagi. Para pekerja seni ukir yang membuka galeri di hotel-hotel terpaksa tinggal di rumah.

Dalam kondisi seperti ini, Kepala Desa Cepaka, Drs. I Ketut Tedja, M.Si, mulai harus berpikir kreatif untuk menggali potensi lain yang bisa dioptimalkan agar masyarakat bisa bertahan hidup dalam masa pandemi Covid-19. Salah satu potensi yang menggiurkan untuk dikembangkan adalah kawasan *jogging track* dan wisata kuliner di sepanjang jalur tani tersebut. Universitas Triatma Mulya (UNTRIM), sebagai salah satu institusi yang membina Desa Cepaka, dilibatkan kembali untuk memberikan ide dan terobosan baru.

Pada tahun 2020, ketika masa awal pandemi Covid-19 melanda, anak-anak sekolah tidak mendapatkan kesempatan belajar karena terkendala internet dan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Kala itu dosen sebagai akademisi mengupayakan mengajukan hibah Program Holistik Pembangunan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) dan berhasil didanai Kemdikbud untuk membangun rumah belajar di balai banjar yang dilengkapi dengan internet 100 Mbps.

Satu permasalahan ini berhasil dicari solusinya. Kemudian, muncul ide baru, yakni pengemasan destinasi unggulan desa agar memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat.

Dalam kesempatan yang berbeda, dosen UNTRIM juga mengajukan proposal untuk mengemas kearifan lokal menjadi daya tarik wisata yang tetap menjaga kelestarian alam sekitar. Dalam ajang Presentasi Hibah Riset Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi (Kemdikbudristek), kembali dosen (akademisi) UNTRIM berlomba mempertahankan proposal pengemasan daya tarik wisata Desa Cepaka agar siap menjadi destinasi wisata atau desa wisata. Hasil presentasi dan evaluasi para reviewer nasional Kemdikbudristek menyatakan bahwa proposal lolos didanai. Pengemasan (*packaging*) Desa Wisata Cepaka segera harus diwujudkan dalam rangka membangun kembali daya saing masyarakat sebagai motor penggerak pariwisata di desa. Pada tahun 2021, berbekal dana hibah Kemdikbudristek, masyarakat Desa Cepaka mulai membangun berbagai fasilitas dan layanan yang mendukung pengemasan desa wisata, yaitu pembuatan *spot selfie*, *spot kuliner*, *parking area*, *spot memancing*, layanan belanja hasil kebun, dan lain-lain. Dengan semangat pengabdian, mahasiswa dan dosen UNTRIM telah berhasil membangun rumah belajar serta mengemas kearifan lokal dalam desa wisata.

Apabila dihubungkan dengan model *pentahelix* dalam pariwisata, keberhasilan program ini tidak terlepas dari keterlibatan kelima unsur dalam *pentahelix* pariwisata. Kolaborasi yang baik antara *business*, *government*, *community*, *academic*, dan *media* (BGCAM) dalam program ini memberikan hasil yang maksimal.

## **B. Peran Unsur Pentahelix dalam Meningkatkan Daya Saing Desa**

Membangun desa tidak mungkin bisa dilaksanakan sendiri tanpa kontribusi para pihak. Desa sebagai lingkup terkecil masyarakat secara hukum adat dan hukum dinas diatur oleh pemerintah (*government*). Masyarakat desa (*community*) terikat oleh aturan-aturan desa yang

merupakan turunan dari kebijakan di pusat. Bisnis UMKM di desa dikelola secara inklusif oleh masyarakat, sedangkan kehadiran akademisi dan media masih sangat terbatas. Bahkan, gap pemahaman ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat yang sangat minim sering menimbulkan mispersepsi. Hasil dari analisis kualitatif yang dilakukan dalam tulisan ini memberikan wawasan mendalam mengenai peran masing-masing unsur *pentahelix*, yang meliputi akademisi (A), bisnis (B), pemerintah (G), komunitas (C), dan media (M) dalam pengembangan desa. Penelitian ini mengidentifikasi dan menjelaskan kontribusi spesifik serta interaksi antara unsur-unsur tersebut dalam konteks desa.

## **1. Peran Unsur Akademisi dalam Business/UMKM dan Masyarakat**

UMKM sebagai penyelenggara bisnis/usaha di desa memberi warna tersendiri dalam pembangunan desa. Model bisnis inklusif yang pro kepada masyarakat berkontribusi tinggi dalam meningkatkan kesajahteraan masyarakat. Berdasarkan hasil observasi di Desa Cepaka, UMKM rata-rata dibangun dari pengalaman pribadi masyarakat. *Learning by doing*, demikian ungkapan yang tepat diberikan kepada masyarakat pelaku UMKM di desa.

Berbisnis berdasarkan pengalaman, apabila tidak dikuatkan oleh pengetahuan, akan terbatas capaiannya. Dalam konteks ini, beberapa UMKM di Desa Cepaka terlihat agak tertutup dan menyatakan tidak membutuhkan akademisi. Masyarakat awalnya agak apatis dengan kehadiran pihak lain dalam bisnis mereka. Rasa “sudah berpengalaman” dan kecenderungan tertutup dengan teknologi tidak dimungkiri membatasi capaian target mereka. Beberapa UMKM merasa tidak perlu mengembangkan usahanya menjadi terlalu besar. Dengan yang ada saja, mereka merasa cukup. Rasa kurang percaya terhadap kaum milenial yang dianggap belum berpengalaman menjadikan UMKM makin ditinggalkan oleh pasar karena *digital marketing* (*marketing* kekinian) dilakoni oleh kaum milenial. Gambar 2.2 menampilkan beberapa UMKM yang ada di Desa Cepaka.



Foto: Jimmy Harry Putu Suarthana (2021)

**Keterangan:** (a) Kerajinan ukiran kayu; (b) Usaha jamur; (c) Usaha fotografi dan videografi; (d) Usaha jekso (jaringan ekonomi kreatif dan sosial)

**Gambar 2.2** Beberapa UMKM di Desa Cepaka

Kehadiran akademisi pun awalnya mendapat tanggapan dingin. Namun, dengan pendekatan yang lebih intens dan pendampingan yang baik serta testimoni positif UMKM yang bersedia bersinergi dengan unsur *pentahelix*, akhirnya mampu membuka cara pandang UMKM dalam meningkatkan usahanya. Berbagai contoh UMKM yang berhasil bertahan ketika beralih mendukung desa wisata di masa pandemi Covid-19 menjadi rekomendasi mereka untuk turut memajukan pariwisata di desa. Setelah masyarakat mendapatkan bukti-bukti/realisasi tersebut, UMKM yang ada di Desa Cepaka mulai bersinergi dan menyatakan siap untuk dikemas sebagai bagian dari kegiatan desa wisata.

## 2. Peran Unsur *Pentahelix* Akademisi dan Pemerintah

Akademisi, pemerintah (tingkat kecamatan dan kabupaten), dan media merupakan tiga unsur yang tidak secara langsung ada di desa. Gap atau *barrier* sering terjadi karena keterbatasan koordinasi. Dalam *focus group discussion* (FGD) dengan tokoh masyarakat Desa Cepaka menjelang pembentukan kelompok sadar wisata (pokdarwis), tampak jelas bahwa masyarakat tidak mengetahui secara jelas bagaimana seharusnya pemerintah berkontribusi dalam membantu pembentukan pokdarwis, membantu UMKM bersinergi, dan memberi pandangan-pandangan baik dalam upaya resiliensi. Dalam kondisi seperti ini, peran akademisi yang menjadi mediator antara masyarakat, UMKM, dan pemerintah ternyata mampu memberi solusi.

Akademisi berpihak kepada masyarakat dalam hal mendidik masyarakat tentang regulasi pemerintah atas kegiatan-kegiatan yang boleh dan tidak boleh dilakukan desa tanpa izin/persetujuan pemerintah kabupaten. SOP dan panduan yang selama ini belum disosialisasikan kepada masyarakat oleh akademisi dibuat menjadi lebih jelas dan terdefinisi. Fungsi akademisi dalam mengkoordinasikan segala permasalahan masyarakat dengan pemerintah sangat membantu menyolusi permasalahan di desa. Tidak hanya tenaga, tetapi material dan spiritual pun dikorbankan guna mencapai tujuan bersama yang lebih sempurna.

## 3. Peran Unsur *Pentahelix* Media, Akademisi, dan Masyarakat

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa pada era Revolusi Industri 4.0, media konvensional maupun digital berkontribusi besar dalam membangun pariwisata di desa. Media berbasis digital mendominasi aktivitas masyarakat kekinian. Generasi X, Y, dan Z semuanya mampu bersosial media. Bahkan, beberapa generasi tua atau yang sering diistilahkan *baby boomer* juga mampu menguasai media sosial dengan baik. Dalam riset ini, tim akademisi juga melibatkan mahasiswa untuk membantu UMKM, masyarakat, dan anak-anak sekolah dalam memanfaatkan media sosial dan internet untuk berbisnis dan belajar. Pendekatan secara intensif dilakukan kepada UMKM, masyarakat,

dan pemerintah untuk mendukung kegiatan berbasis digital yang dilakukan di Desa Cepaka. Dalam proyek hibah PHP2D dan hibah PKM, masyarakat Desa Cepaka dilibatkan dalam pembentukan rumah belajar digital, *packaging* desa wisata secara digital, dan kegiatan literasi digital. Sebagai upaya memasyarakatkan Sistem Informasi Desa (SID) di Desa Cepaka, seluruh masyarakat dilibatkan dalam pendataan dan manajemen informasi melalui aplikasi digital. Dengan demikian, masyarakat makin terbuka dan memahami peran unsur *pentahelix* dalam membangun pariwisata di desa.

UMKM pendukung desa wisata, antara lain, budi daya jamur, pembuatan dupa, galeri ukiran, kuliner bakso, babi guling, jajanan Bali, sanggar tari, gamelan, dan peternak serta petani sayur tergerak ikut berkolaborasi dalam pengemasan Desa Cepaka menjadi desa wisata. Seluruh komponen ini akan masuk dalam promo digital berupa *virtual tour* desa wisata yang akan di-launching pada November 2021. Apresiasi Pemerintah Kabupaten Tabanan, dalam hal ini di bawah kendali Kepala Bidang Pariwisata di Dinas Pariwisata, memotivasi masyarakat Desa Cepaka untuk beresiliensi pada masa pandemi Covid-19 dan membangun kembali Desa Cepaka bersama kelima unsur *pentahelix*. Kontribusi kelima unsur *pentahelix* pariwisata yang secara bersama-sama saling menguatkan akan membantu ekonomi, sosial, dan kelestarian lingkungan. Apabila unsur ekonomi, sosial, dan lingkungan terjaga, keberlangsungan (*sustainability*) pariwisata di Desa Cepaka terpenuhi.

Covid-19 telah menjadikan sektor pariwisata di Bali terpuruk, tetapi perhatian pemerintah melalui program penguatan kembali dalam bentuk bantuan hibah pembangunan desa mampu memotivasi masyarakat. Peran kelima unsur *pentahelix* dalam resiliensi di Desa Cepaka ternyata mampu membangkitkan masyarakat untuk saling bersinergi dan berkolaborasi dalam mendukung pembangunan pariwisata di desa. Diharapkan ketercapaian indikator keberlanjutan dalam membangun pariwisata di desa akan memberi jaminan kesajahteraan masyarakat desa yang berkelanjutan pula.

## Daftar Referensi

- Karta, N. L. P. A., Babu, K. V., Wardani, R. K., Wiles, E., & Widiastini, N. M. A. (2019). How does the *shifting* of marketing strategy in the hospitality industry contribute to the sustainability company growth? *International Journal of Interdisciplinary Current Advanced Research*, 1(3), 41–49.
- Karta, N. L. P. A., Wardani, R. K., & Suarthana, J. H. P. (2021). Differentiation and the five as concept in digital marketing of small and medium enterprises during the Covid-19 pandemic (a study at Cepaka Village, Kediri Tabanan). Dalam *7th international conference on entrepreneurship* (7th ICOEN) (566–578). KnePublishing. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8843>
- Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan. (2021). Pentahelix, lima unsur kekuatan dalam pengembangan potensi desa dan kawasan perdesaan kian mendapatkan respon positif. Diakses pada Maret, 2021, dari <https://www.kemenkopmk.go.id/pentahelix-lima-unsur-kekuatan-dalam-pengembangan-potensi-desa-dan-kawasan-perdesaan-kian>
- Makdori, Y. (2020, 5 November). Kemendikbud akan digitalisasi sekolah mulai 2021. *Merdeka.com*. Diakses pada 5 November, 2020, dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/kemendikbud-akan-digitalisasi-sekolah-mulai-2021.html>
- Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal. (2021). 100 hari kerja Bupati Kendal 2021 dalam digitalisasi UMKM Kendal (Laporan). *Portal Resmi Kabupaten Kendal*. Diakses pada 19 November, 2000, dari [https://www.kendalkab.go.id/pengumuman/id/20210603001/digitalisasi\\_umkm\\_selama\\_100\\_hari\\_kerja\\_bupati](https://www.kendalkab.go.id/pengumuman/id/20210603001/digitalisasi_umkm_selama_100_hari_kerja_bupati)
- Pemerintah Desa Cepaka. (2020). *Laporan statistik Desa Cepaka*.
- Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. (2016). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/171159/permendpar-no-14-tahun-2016>
- Yunas, N. S. (2019). Implementasi konsep penta helix dalam pengembangan potensi desa melalui model lumbung ekonomi desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan*, 3(1), 37–46.