

**MODEL *QUADRUPLE HELIX* DALAM PENGEMBANGAN UMKM
(Studi Kasus Pada Industri Pisang Sale Kutacane Kab. Aceh Tenggara)**

TESIS

**Oleh :
ULFA YOLANDA
NIM: 3004183038**

**Program Studi
Ekonomi Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis Berjudul:

**MODEL *QUADRUPLE HELIX* DALAM PENGEMBANGAN UMKM
(Studi Kasus Pada Industri Pisang Sale Kutacane Kab. Aceh**

Oleh :

ULFA YOLANDA

3004183038

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Magister Ekonomi (ME)
Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Medan, 24 Juni 2021

Pembimbing I



Dr. Muslim Marpaung, M. SI
NIP: 196407261991031008
NIDN: 0026066411

Pembimbing II



Dr. Sugianto, MA
NIP : 19670607200003100
NIDN: 2007066701

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis yang berjudul “**MODEL *QUADRUPLE HELIX* DALAM PENGEMBANGAN UMKM (Studi Kasus pada Industri Pisang Sale Kutacane Kab. Aceh Tenggara)**” Ulfa Yolanda, NIM 3004183038 Program Studi Ekonomi Syariah, telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 04 September 2021.

Tesis ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah.


Medan, 04 September 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Tesis
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan

Ketua,



Maryam Batubara, MA, Ph. D
NIP. 19720716 200701 2 023
(NIDN. 2016077202)

Sekretaris,



Yusrizal, SE, M.Si
NIP. 19750522 200901 1 006
(NIDN. 2022057501)

Anggota



Dr. Muslim Marpung
NIP: 19640726 1991031 1 008
(NIDN. 0026066411)



Dr. Sugianto, MA
NIP. 19670607 200003 1 003
(NIDN. 2007066701)

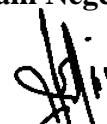


Dr. Isnaini Harahap, MA
NIP. 19750720 200312 2 002
(NIDN. 2020077503)



Dr. Muhammad Arif, MA
(NIDN. 2112018501)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIP. 19760423 200312 1 002



ABSTRAK
MODEL QUADRUPLE HELIX DALAM
PENGEMBANGAN UMKM
(Studi Kasus Pada Industri Pisang Sale Kutacane
Kab. Aceh Tenggara)

Nama : Ulfa Yolanda
NIM : 3004183038
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Tempat Tanggal Lahir : Kutacane, 25 Desember 1995
Nama Ayah : Baharudin Kama
Nama Ibu : Sarifah Aini
Pebimbing : 1. Dr. Muslim Marpaung, M. Si
2. Dr. Sugianto, MA

Kegiatan usaha pada umumnya banyak dilakukan oleh masyarakat dengan memanfaatkan potensi alam disekitarnya adalah usaha pengolahan makanan. Adanya kegiatan usaha pengolahan makanan tentunya akan memberikan kontribusi keuntungan bagi pelaku usaha maupun daerah sekitarnya. Pisang sale merupakan produk olahan dari buah pisang yang banyak dikembangkan di Kab. Aceh Tenggara. Hal ini didukung oleh pisang sale merupakan salah satu budaya yang ada di Kab. Aceh Tenggara. Penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran secara komprehensif tentang sinergi *stakeholder* pisang sale di Kab. Aceh Tenggara. Model *Quadruple Helix* adalah salah satu model yang cocok untuk penelitian sosial dan inovasi. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi yang berusaha memahami perspektif, pemikiran dan pengalaman para pemangku kepentingan terkait sinergi *stakeholder Quadruple Helix* dalam mewujudkan pengembangan usaha pisang sale di Kab. Aceh Tenggara. Hasilnya menunjukkan bahwa ada sejumlah masalah terkait dengan sinergitas dalam pengembangan pisang sale di Kab. Aceh Tenggara antara lain karena tidak ada kesamaan visi pemangku kepentingan dan kerjasama dan koordinasi antara pelaku usaha pisang sale, pemerintah dan *stakeholder*. Khususnya kepada pemerintah agar memberikan perhatian khusus kepada pengelola pisang sale. Kunci keberhasilan implementasi pengembangan usaha pisang sale di Kab. Aceh Tenggara antara lain kesatuan misi, komitmen bersama dan koordinasi diantara para *stakeholder*.

Kata kunci: Pisang sale, sinergi, *stakeholder*, *Quadruple Helix*, Kab. Aceh Tenggara.



ABSTRACT

QUADRUPLE HELIX MODEL IN UMKM

DEVELOPMENT

(Case Study on Banana Sale Industry in Kutacane,
Southeast Aceh Regency)

Name : Ulfa Yolanda
Student ID : 3004183038
Study Program : Ekonomi Syari'ah
Place and Date of Birth : Kutacane, 25 December 1995
Father's Name : Baharudin Kama
Mother's Name : Sarifah Aini
Supervisor : 1. Dr. Muslim Marpaung, M. Si
2. Dr. Sugianto, MA

Most of the business activities carried out by the community by utilizing the natural potential around it are food processing businesses. The existence of food processing business activities will certainly contribute to profits for business actors and the surrounding area. Pisang sale is a processed product from bananas which is widely developed in Kab. Southeast Aceh. This is supported by the banana sale, which is one of the cultures in the district. Southeast Aceh. This study aims to obtain a comprehensive picture of the synergy of banana sale stakeholders in Kab. Southeast Aceh. The Quadruple Helix model is one suitable model for social research and innovation. This study uses a qualitative research design with a phenomenological approach that seeks to understand the perspectives, thoughts and experiences of stakeholders regarding the synergy of Quadruple Helix stakeholders in realizing the development of the banana sale business in Kab. Southeast Aceh. The results show that there are a number of problems related to synergy in the development of banana sale in Kab. Aceh Tenggara is partly because there is no common vision of stakeholders and cooperation and coordination between banana sale business actors, the government and stakeholders. In particular, the government should pay special attention to the management of banana sale. The key to the successful implementation of the banana sale business development in Kab. Aceh Tenggara, among others, unity of mission, joint commitment and coordination among stakeholders.

Keywords: Banana sale, synergy, stakeholders, Quadruple Helix, Kab. Southeast Aceh.



مستخلص البحث

UMKM نموذج هيليكس الرباعي في تطوير

(دراسة حالة عن صناعة بيع الموز
Tenggara) Kutacane, Kab. Aceh

الإسم	: أولفا يولاندا
محل الميلاد وتاريخه	: كوتاجني، ٢٥ ديسمبر ١٩٩٥
قسم	: اقتصاديات اشرعية
الرقم القيد	: ٨٣٠٣٨١٤٠٠٣
إسم الأب	: بحر الدين كاما
الإسم الأم	: سريفة عيني
المشرف	: ١. دكتور. مسلم ماربونج ، M.Si
	: ٢. دكتور، سوجياننو ، MA

ا تهدف هذه الدراسة إلى الحصول على صورة شاملة للتأزر بين أصحاب المصلحة في بيع الموز في كاب. جنوب هو نموذج مناسب للبحث الاجتماعي والابتكار. تستخدم هذه *Quadruple Helix* شرق اتشيه. نموذج الدراسة تصميم بحث نوعي مع نهج ظاهري يسعى إلى فهم وجهات نظر وأفكار وتجارب أصحاب المصلحة فيما يتعلق بتأزر أصحاب المصلحة الرباعي الحلزون في تحقيق تطوير أعمال بيع الموز في كاب. جنوب شرق اتشيه. تظهر النتائج أن هناك عددًا من المشكلات المتعلقة بالتأزر في تطوير بيع الموز في منطقة الكاب. يعود سبب آتشييه تينجارا جزئيًا إلى عدم وجود رؤية مشتركة لأصحاب المصلحة والتعاون والتنسيق بين الجهات الفاعلة في مجال بيع الموز والحكومة وأصحاب المصلحة. يترجم كل صاحب مصلحة بيع الموز ، مما يتسبب في نقاش حول كيفية تطوير بيع الموز في المستقبل. على وجه الخصوص ، يجب على الحكومة أن تولي اهتمامًا خاصًا لمديري بيع الموز بشكل متساوٍ لتطوير أعمال بيع الموز ودعم المجتمع الأوسع. مفتاح التنفيذ الناجح لتطوير أعمال بيع الموز في كاب. أتشييه تينجارا ، من بين أمور أخرى ، وحدة المهمة والالتزام المشترك والتنسيق بين أصحاب المصلحة.

الكلمات المفتاحية: بيع الموز ، التأزر ، أصحاب المصلحة ، الحلزون الرباعي ، الكاب. جنوب شرق اتشيه.

KATA PENGANTAR



Syukur alhamdulillah. segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik sesuai dengan kemampuan penulis. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Rasulullah SAW, *qudwah hasanah* dalam menjalankan aktivitas sehari-hari yang syafaatnya diharapkan di hari kemudian kelak. *Allahumma Shalli 'ala Muhammad wa 'ala ali muhammad.*

Tesis dengan judul **“Model *Quadruple Helix* dalam Pengembangan UMKM (Studi Kasus pada Industri Pisang Sale Kutacane Kab. Aceh Tenggara)”** yang diselesaikan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memperoleh gelar Magister dalam bidang ilmu ekonomi syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Medan.

Tesis ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis. Ucapan terima kasih istimewa untuk Ayahanda Baharudin Kama dan Ibunda tercinta Sarifah Aini yang telah membesarkan, mendidik, dan mendoakan penulis. Untuk saudara-saudaraku tersayang Ahmad Dairabi, Fina Niar Yolanda. Abang Muklis dan Ibu Wardah yang telah banyak membantu menemani ke lokasi penelitian untuk kelancaran tesis.

Tesis ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari guru besar, dosen-dosen, keluarga, dan kerja sama dari rekan sejawat peneliti yang ada di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Medan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Kepada jajaran petinggi UIN Sumatera Utara yang sudah membantu kelancaran tesis penulis secara administrasi yaitu: Yang terhormat Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A selaku rektor UINSU. Kemudian, Ibu Dr. Marliyah M.A selaku

dekan fakultas ekonomi dan bisnis Islam (FEBI), Ibu Dr. Maryam Batubara, M.A., Ph. D yang merupakan ketua jurusan ekonomi syariah.

2. Kepada dua dosen pembimbing yaitu Bapak Dr. Muslim Marpaung, M. Si dan Dr. Sugianto, MA yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini dengan memberikan motivasi dan arahan yang sangat banyak sehingga penulis dapat mengasah dan meningkatkan kemampuan meneliti.
3. Ibu Isnaini Harahap, MA dan Bapak Dr. Muhammad Arif, MA selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis untuk kesempurnaan tesis penulis.
4. Kepada jajaran dosen FEBI yang sudah mentransfer ilmunya selama penulis mengenyam pendidikan di UINSU. Kemudian, *staff* akademik maupun *staff* keuangan yang telah mempermudah pengurusan administratif yang dimulai sejak pengajuan judul, pengajuan pembaca, seminar proposal, pengajuan pembimbing, seminar hasil, sidang hingga tahap kelulusan.
5. Kepada responden penelitian yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang berharga terkait dengan pengembangan usaha pisang sale. Khususnya dari Dinas Koperasi dan UKM Kutacane yaitu Ibu Mira, Dinas Industri dan Perdagangan Bapak Satumin, Pihak akademisi yaitu STAISES Ibu Shofia, pihak komunitas Cane Berhijrah dan pengelola pisang sale terkhusus kepada Ibu Ila selaku pengelola pisang sale Kutacane Kab. Aceh Tenggara.
6. Rekan-rekanku tercinta pada program studi Ekonomi Syariah baik reguler maupun non reguler yang sama-sama berjuang, saling membantu dan saling menyemangati dalam mengerjakan tesis ini, teristimewa untuk sahabat-sahabatku tersayang saudari Chairina dan Anita khairunnisa yang banyak penulis repotkan saat menyelesaikan tesis, Dewi Berlian Harahap, Rahmi Edriyanti, Ibu Rosna, Ibu Uncu, Mirna Wanti dan Abang senior saya di pascasarjana Dana Syahputra yang selalu jadi tempat berbagi dan meminta saran.

Terima kasih atas segala bantuannya, tesis ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan dan kerjasamanya. Semoga bantuan tersebut memperoleh balasan berupa

pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, karena masih terdapat kesalahan dan kekeliruan baik dari segi penulisan dan penyusunannya. Oleh karena itu, penulis masih menerima kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

Medan, 30 Agustus 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ulfa Yolanda', written in a stylized, cursive script.

Ulfa Yolanda

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin adalah penyalinan huruf-huruf arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya. Pedoman transliterasi Arab-Latin ini berdasarkan keputusan Kementerian Agama serta Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543bJU/ 1987.

A. Konsonan

Konsonan Bahasa Arab dalam tesis ini dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lainnya dilambangkan dengan huruf dan tanda. Adapun daftar huruf Arab dan transliterasinya dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

No.	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	ا	<i>Alif</i>	-	Tidak dilambangkan
2.	ب	<i>Bā'</i>	B/ b	Be
3.	ت	<i>Tā'</i>	T/ t	Te
4.	ث	<i>Ṣā'</i>	Ṣ/ ṣ	Es (dengan titik di atas)
5.	ج	<i>Jīm</i>	J/ j	Je
6.	ح	<i>Ḥā'</i>	Ḥ/ h	Ha (dengan titik di bawah)
7.	خ	<i>Khā'</i>	Kh	Ka dan Ha
8.	د	<i>Dāl</i>	D/ d	De
9.	ذ	<i>Ẓāl</i>	Ẓ/ ẓ	Zet (dengan titik di atas)
10.	ر	<i>Rā'</i>	R/ r	Er
11.	ز	<i>Zāi</i>	Z/ z	Zet
12.	س	<i>Sīn</i>	S/ s	Es
13.	سین	<i>Syīn</i>	Sy	Es dan Ye
14.	ص	<i>Ṣād</i>	Ṣ/ ṣ	Es (dengan titik di bawah)
15.	صا	<i>Ḍād</i>	Ḍ/ ḍ	De (dengan titik di bawah)
16.	ظ	<i>Ṭā'</i>	Ṭ/ ṭ	Te (dengan titik di bawah)
17.	ظا	<i>Ẓā'</i>	Ẓ/ ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
18.	ع	<i>'Ain</i>	'	Koma terbalik
19.	غ	<i>Gain</i>	G/ g	Ge

20.	ف	<i>Fā'</i>	F/ f	Ef
21.	ق	<i>Qāf</i>	Q	Qiu
22.	ك	<i>Kāf</i>	K/ k	Ka
23.	ل	<i>Lām</i>	L/ l	El
24.	م	<i>Mīm</i>	M/ m	Em
25.	ن	<i>Nūn</i>	N/ n	En
26.	ه	<i>Ha</i>	H/ h	Ha
27.	و	<i>Wau</i>	W/ w	We
28.	ء	<i>Hamzah</i>	'	Opostrof
29.	ي	<i>Yā'</i>	Y/ y	Ye

B. Vokal

Adapun vokal dalam Bahasa Arab terbagi menjadi 2 (dua) yaitu sebagai berikut:

1. Vokal Tunggal

Dalam Bahasa Arab vokal tunggal dilambangkan dengan tanda *harakat*, yaitu sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	<i>Fathah</i>	A	A
ـِ	<i>Kasrah</i>	I	I
ـُ	<i>Ḍammah</i>	U	U

2. Vokal Rangkap

Dalam Bahasa Arab vokal rangkap merupakan gabungan antara harkat dan huruf, yaitu sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يـَ	<i>Fathah dan yā''</i>	Ai	a dan i
وـَ	<i>Fathah dan wāu</i>	Au	a dan u

Contoh:

Kataba = كَتَبَ

Haula = حَوْلَ

Kaifa = كَيْفَ

Fa'ala = فَعَلَ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu sebagai berikut:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā / ā	a dan garis di atas
يَ يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī / ī	i dan garis di atas
وَ وِ	<i>Ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū / ū	u dan garis di atas

Contoh:

Qāla = قَالَ

Qīla = قِيلَ

Yaqūlu = يَقُولُ

4. Tā' al-Marbūṭah

Ada 2 (dua) transliterasi untuk *tā' al-marbūṭah* yaitu sebagai berikut:

- Tā' al-marbūṭah* hidup, yaitu mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.
- Tā' al-marbūṭah* mati, yaitu mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Pada kata yang terakhir dengan *tā' al-marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā tā' al-marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

1) *Rauḍah al-atfāl* / *raudatul atfāl* = رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

2) *Al-Madīnah al-Munawwarah* = الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

3) *Thalhah* = طَلْحَةَ

5. Syaddah/ Tasydīd

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda. Tanda *syaddah* atau tanda *tasydīd* dalam transliterasi ini dilambangkan

dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

Rabbanā = رَبَّنَا *Al-Birru* = الْبِرُّ *Al-Haddu* = الْحَدُّ

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf “ال”, namun dalam transliterasi ini, kata sandang itu dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu:

a. Kata Sandang Diikuti oleh Huruf *Qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* yaitu huruf *lām* /ل/ ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ل/ tetap berbunyi /l/.

Contoh:

Al-Maliku = الْمَلِكُ *Al-Qalamu* = الْقَلَمُ *Al-Jalālu* = الْجَلَالُ

b. Kata Sandang Diikuti oleh Huruf *Syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* yaitu huruf *lām* /ل/ ditransliterasikan sesuai dengan bunyi huruf setelahnya, yaitu diganti dengan huruf yang mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

Ar-Rajulu = الرَّجُلُ *As-Syamsu* = الشَّمْسُ

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof dan itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta “*khuzūna*” = تَأْخُذُونَ *Syai* ‘*un*” = شَيْئِي *An-Nau*’ = النَّوْءُ

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi’l* (kata kerja), *ism* (kata benda) maupun *harf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain. Hal ini dikarenakan ada huruf atau harkat yang dihilangkan, sehingga dalam penulisan kata transliterasinya dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh:

a. *Wa innallāha lahua khair ar-rāziqīn* = وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

b. *Wa innallāha lahua khairurrāziqīn* = وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

c. *Bismillāhi majrehā wa mursāhā* = بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital sama dengan yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital yang digunakan untuk menulis awal nama dan permulaan kalimat. Bila nama diri didahulukan dengan kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

a. *Wa mā Muḥammadun illā Rasūl*

b. *Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaẓi bi Bakkata mubārakan*

c. *Syahrū Ramaḍān al-laẓī unẓila fīhi al-Qurān*

d. *Syahrū Ramaḍān al-laẓī unẓila fīhil-Qurān*

e. *Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubin*

f. *Al-Ḥamdu lillāhi Rabbil-'alamīn*

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

a. *Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb*

b. *Lillāhi al-amru jami'an*

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	Hal
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Pembatasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Strategi Pengembangan	14
1. <i>Resource-Based View</i>	14
2. <i>Porter Five Forces</i>	16
a. <i>Threat of new entrants</i>	17
b. <i>Bargaining power of suppliers</i>	17
c. <i>Bargaining power of buyers</i>	18
d. <i>Threat of substitutes</i>	18
e. <i>Rivalry among existing competitors</i>	18
3. <i>Strategi Generik (Strategi umum)</i>	19
a. <i>Strategi Kepemimpinan Biaya</i>	19
b. <i>Strategi Diferensiasi</i>	19
c. <i>Strategi Fokus</i>	20
B. Pengertian dan Jenis UMKM	20
C. Pisang Sale <i>Maqashid Syariah</i>	23
D. Pisang Sale	29
E. <i>Quadraple Helix</i>	30
F. Penelitian yang Relevan	31
G. Kerangka Konseptual	39
H. Kerangka Pemikiran	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatannya	43
B. Desain Penelitian	48
C. Subjek Penelitian	48
D. Objek Penelitian	49
E. Informan Penelitian	49
F. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
G. Sumber Data	51
H. Metode Pengumpulan Data	52
1. Wawancara	52
2. Observasi	53
3. Studi Dokumen	54
I. Instrumen Penelitian.....	54
J. Teknik Anaisis Data	54
K. Keabsahan Data	57
1. Perpanjangan Pengamatan.....	57
2. Meningkatkan Kecermatan dalam Penelitian.....	58
3. Trigulasi	58
L. Daftar wawancara.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Temuan Umum Penelitian.....	60
1. Gambaran Umum Kab. Aceh Tenggara	60
2. Keadaan Geografi	62
3. Iklim	63
4. Pemerintah dan Ibu Kota	65
5. Suku Bangsa	66
6. Bahasa	67
7. Agama	67
8. Perekonomian.....	67

9. Objek Penelitian	67
B. Hasil Penelitian.....	69
1. Akademisi.....	69
2. Pemerintah.....	72
3. Bisnis	76
4. Komunitas	78
C. Pembahasan	79
1. Usaha Pisang Sale Sebagai Warisan	79
2. Persepsi <i>Quadruple Helix</i> terhadap Pengelola Pisang Sale	82
3. Peran dan Usaha <i>stakeholder</i> Pengembangan Pisang Sale	84
4. Faktor pendukung dan Penghambat	85
5. Sinergitas antar <i>stakeholder</i>	86
6. Model <i>Quadruple Helix</i> terhadap Pengembangan Pisang Sale.....	89
7. Permasalahan dalam Pengembangan Pisang Sale.....	90
8. Jawaban Informan sebagai Indikator dan Kesimpulan Jawaban.....	92
9. Model Pengembangan Usaha Pisang Sale	105
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data UMKM di Indonesia 2015-2018	1
Tabel 1.2 Data UMKM di Aceh.....	3
1.3 Data UMKM di Kabupaten Aceh Tenggara	5
Tabel 1.4 Jumlah Pengelola Pisang Sale.....	6
Tabel 2.1 Kriteria UMKM menurut UU No. 28 Tahun 2008	21
Tabel 2.2 Indikator <i>Maqashid Syariah</i>	26
Tabel 2.3 Penelitian yang Relevan.....	31
Tabel 3.1 Biodata Responden <i>Quadruple Helix</i>	52
Tabel 4.1 Iklim Kab. Aceh Tenggara.....	6.3
Tabel 4.2 Jumlah kecamatan di Kab. Aceh Tenggara, 2021.....	65
Tabel 4.3 Pertanyaan Dan Jawaban Informan dari Akademisi	93
Tabel 4.4 Pertanyaan Dan Jawaban Informan dari Pemerintah	96
Tabel 4.5 Pertanyaan Dan Jawaban Informan dari Bisnis	99
Tabel 4.6 Pertanyaan Dan Jawaban Informan dari Komunitas.....	102

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Model <i>Quadruple Helix</i>	10
Gambar 2.1 Five Forces	16
Gambar2.2 Kerangka Konseptual	40
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3. 1 KomponennDalam AnalisisData (<i>Flow Model</i>)	56
Gambar 4.1 Peta Provinsi Aceh	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyak faktor yang dapat menentukan kemajuan pada suatu usaha yang tentunya juga didukung oleh peran dari berbagai pihak. Salah satunya peran dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sangat penting untuk membangun ekonomi, dikarenakan bisa memperbanyak lapangan pekerjaan dan memberi pelayanan ekonomi pada masyarakat secara luas. UMKM bisa menyesuaikan kondisi pasar yang selalu berubah pada setiap waktunya. Oleh karena itu, UMKM tidak peka pada perubahan eksternal dan dapat menampung berbagai macam peluang untuk tenaga kerja tersebut. Pada tahun 2018, jumlah pelaku usaha UMKM di Indonesia sebesar 58,97 juta orang, sedangkan jumlah penduduk di Indonesia diprediksi mencakup 265 juta jiwa¹

Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) di Indonesia tahun 2015-2018:²

Tabel 1.1
Data UMKM di Indonesia 2015-2018

No.	Tahun	Satuan	Usaha Mikro (UMi)	Usaha Kecil (UK)	Usaha Menengah (UM)
1.	2015	Unit	58.521.987	681.522	59.263
2.	2016	Unit	60.863.578	731.047	56.551
3.	2017	Unit	62.106.900	757.090	58.627
4.	2018	Unit	63.350.222	783.132	60.702

¹[news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang, https://keuangan.kontan.co.id](https://keuangan.kontan.co.id), diakses 23/01/2020.

²Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, <http://www.depkop.go.id/data-umkm>, diakses 22/01/2021.

Data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik, dan *United Nation Population Fund*,³ memprediksi jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 58,97 juta orang. Sedangkan jumlah penduduk Indonesianya diprediksi mencakup 265 juta jiwa. Yuana Sutyowati, Deputy Bidang Pembiayaan Kementerian Koperasi dan UKM (Kemkop UKM) mengatakan usaha mikro berjumlah 58,91 juta unit, usaha kecil berjumlah 59.260 unit serta usaha besar berjumlah 4.987 unit.

Yuana juga mengatakan jumlah wirausaha wanita mencakup 14,3 juta orang, di mana jumlah ini mengalami peningkatan sebanyak 1,6 juta orang dari 12,7 juta orang pada tahun lalu. Hal ini menjelaskan bahwa keberadaan wanita muslimah pada dunia bisnis bukan hanya sekedar isu tentang kesejahteraan *gender*, namun mengalami perkembangan ke dunia bisnis. Selain itu, pada data Badan Pusat Statistik, tercatat sebanyak 3,79 juta pelaku UMKM sudah menggunakan teknologi digital ataupun bisnis *e-commerce*.⁴ Pelaku UMKM banyak menggunakan *platform market place* utama pada tanah air, seperti Tokopedia, Blibli, Lazada serta Bukalapak.

Usaha Mikro dapat diartikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan yang telah terpenuhi kriteria usaha mikronya sebagaimana yang sudah diatur dalam undang-undang. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha yang bukan anak maupun cabang perusahaan. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan ataupun badan usaha yang bukan anak perusahaan, usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang ini.⁵

³<https://www.bps.go.id/> diakses 24/01/2021.

⁴ Jumlah pelaku UMKM di 2018 diprediksi mencapai 58,97 juta orang, <https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>, Diakses 24/01/2021

⁵Tahun /Berita/0-Kriteria-Usaha-Mikro-Kecil-dan-Menengah-Menurut-UU-No-20-2008-

Pada acara Peringatan Hari Usaha Mikro Kecil Menengah Internasional di tahun 2018, Nova Irwansyah selaku Wakil gubernur Aceh mengatakan bahwa Aceh memberikan dukungan serta kekuatan pada sektor UMKM yang juga terlihat pada program pokok pemerintah Aceh. Anggaran yang dipersiapkan sejumlah Rp. 166,8 miliar yang sumbernya dari APBD pada tahun 2018. Pada tahun 2016, UMKM di Aceh berjumlah 75.207 unit. Jumlah ini mengalami peningkatan yang pesat jika dibandingkan pada tahun 2014 yang berjumlah 48.882 unit. UMKM biasanya banyak yang bergerak dalam bidang jasa, perdagangan, pertambangan, pertanian, perikanan, industri, peternakan, maupun transportasi.⁶

Jumlah data UMKM diseluruh Provinsi Nangroe Aceh Darussalam:⁷

Tabel 1.2
Data UMKM di Aceh

No.	Kabupaten	Jumlah UMKM
1.	Aceh Selatan	3.251
2.	Aceh Tenggara	1.245
3.	Aceh Timur	5.891
4.	Aceh Tengah	2.719
5.	Aceh Barat	2.011
6.	Aceh Besar	4.456
7.	Pidie	1.545
8.	Aceh Utara	3.660
9.	Simelue	2.088

tentang-UMKM, <http://bumn.go.id/jamkrindo> <http://bumn.go.id/jamkrindo>, diakses 23/01/2020.

⁶umkm-di-aceh-tidak-berkembang-ini-penyebabnya,/ /2018/06/28/, diakses 23/01/2019.

⁷Data UMKM Dinas Koperasi, <http://dataumkm.acehprov.go.id/index.php/umkm>, diakses 22/01/2021.

10.	Aceh Singkil	1.474
11.	Bireun	6.998
12.	Aceh Barat Daya	2.262
13.	Gayo Lues	996
14.	Aceh Jaya	1.212
15.	Nagan Raya	6.451
16.	Tamiang	2.948
17.	Bener Meriah	1.011
18.	Pidie Jaya	5.579
19.	Banda Aceh	9.591
20.	Sabang	2.171
21.	Lhokseumawe	2.354
22.	Langsa	3.579
23.	Sabussalam	1.318
Jumlah		74.810

UMKM di Kutacane, Kab. Aceh Tenggara bergerak diberbagai bidang antara lain seperti kelontong, pengelola pisang sale, grosir sembako, warkop, jualan kain, jualan pakaian, bahan konveksi, jualan gorden, jualan emas, jualan kompilasi, warkop, dan lain sebagainya. Kutacane, Kab. Aceh Tenggara dikelilingi daerah pengunungan serta menjadi sumber kehidupan masyarakat sekitar. Hal ini dikarenakan daerah pengunungan ini mempunyai berbagai macam sumber daya alam dan jasa lingkungannya yang menjadi sumber penghidupan. Hasil dari pegunungan itu ialah menanam pohon pisang yang bisa dilakukan pengolahannya jadi pisang sale. Aktivitas pengolahan pisang sale ini

masih dalam ruang lingkup industri rumah tangga, termasuk golongan usaha kecil ataupun menengah. Usaha kecil ini akan membuka lowongan pekerjaan serta dapat membuahkan hasil berupa produk dengan harga yang dapat dijangkau agar kebutuhan masyarakatnya terpenuhi.⁸

Tabel 1.3
Data UMKM di Kabupaten Aceh Tenggara

No.	Kecamatan	Uaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah
1.	Lawe Alas	47	23	-	70
2.	Lawe Sigala-gala	43	34	2	79
3.	Bambel	61	32	4	97
4.	Babussalam	129	212	43	384
5.	Badar	37	31	5	73
6.	Babul Makmur	16	31	7	54
7.	Darul Hasanah	7	19	1	27
8.	Lawe Bulan	64	48	7	119
9.	Bukit Tusam	56	11	1	68
10.	Semadam	61	32	1	94
11.	Babul Rahmah	25	10	-	35
12.	Ketambe	37	5	1	43
13.	Deleng Pokisen	-	-	-	-
14.	Lawe Sumur	28	7	1	36
15	Tanoh Alas	12	5	-	17
16	Lauser	1	2	-	3

⁸Data UMKM Dinas Koperasi, <http://datakumkm.acehprov.go.id/index.php/umkm>, diakses 22/01/2021.

Adapun jumlah pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara sebagai berikut:

Tabel 1.4
Jumlah Pengelola Pisang Sale

No.	Kecamatan	Pengelola Pisang Sale
1.	Kecamatan Babul Makmur	62
2.	Kecamatan Babussalam	46
3.	Kecamatan Ketambe	20
4.	Kecamatan Deleng Pokisen	35
5.	Kecamatan Babel	30
6.	Kecamatan Babul Rahmah	32
7.	Kecamatan Badar	28
Jumlah		253

Sumber: Hasil wawancara bersama Ibu Mira Wati

Dari hasil wawancara dengan Ibu Mira Wati ia mengatakan bahwa terdapat 253 orang pengelola yang ada di Kutacane.⁹ Oleh karena itu, salah satu pengolahan pisang sale terdapat di Desa Tanoh Alas Kec. Babul Makmur Kab. Aceh Tenggara. Pengolahan pisang sale ini setiap minggu diproduksi oleh produsen, tetapi produsen masih mengalami kesulitan untuk memasarkan pisang sale. Dari segi pemasaran masalah yang timbul seperti proses pemasaran pisang sale bersifat tradisional yaitu penjual hanya berharap kepada pembeli yang akan datang langsung dan pengelola pisang sale menjual eceran kepada agen-agen yang lain tetapi masih relatif sedikit dan hanya bisa didapatkan di Lawe Pakam perbatasan antara Aceh dan Kabupaten Karo.

Pengusaha pisang sale mendapatkan kesulitan dalam melakukan pemasaran pisang sale, diketahui berdasarkan hasil wawancara terhadap

⁹Hasil wawancara Ibu Mira Wati, di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kutacane, pada tanggal 08 Juni 2020.

pengusaha pengelola pisang sale di Desa Tanoh Alas Kec. Babul Makmur Kab. Aceh Tenggara. Ibu Ila Wati mengelola pisang sale sudah 10 tahun. Ibu Ila Wati membuat pisang sale dibantu oleh suaminya, dua orang anaknya dan 2 orang karyawan. Ia mengatakan perminggu dapat mengelola pisang sale 300-400 bungkus pisang sale. Pembuatan pisang sale ini bahan baku yang perlu untuk dipersiapkan hanya pisang yang sudah matang, tepung roti, tepung jagung, minyak goreng, telur dan garam. Setelah pisang itu diambil maka diris-iris dengan tipis dalam bentuk memanjang setelah itu dijemur 3-4 hari tergantung panasnya cuaca, baru diolah dengan mencampurkan tepung. Biasanya pengelola pisang sale yang di Desa Tanoh Alas Kec. Babul Makmur ini membentuk pisang sale masih menggunakan sistem tradisional belum ada mesin untuk membantu dalam percetakan pisang sale tersebut. Namun disayangkan, pada prakteknya saat menjalankan serta melakukan pengembangan bisnis pisang sale masih ada beberapa hambatan yakni pertama, kebijakan pemerintah belum berpihak secara merata kepada semua pengelola pisang sale. Kedua, pemerintah belum maksimal dalam menjalankan sebagaimana fungsinya karena belum adanya jangkauan ke lapangan secara langsung oleh pemerintah terhadap UMKM untuk kemajuan pengelola pisang sale peran dari pemerintah Kabupaten Aceh Tenggara sangat dibutuhkan.¹⁰ Dan belum adanya sinergitas antar *stakeholder Quadruple Helix* dalam pengembangan usaha pisang sale.

Usaha mikro ialah suatu aktivitas usaha yang bisa meluaskan lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi pada masyarakat luas, bisa memainkan perannya dalam proses pemerataan maupun dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, bisa memajukan pertumbuhan ekonomi, serta dapat mewujudkan stabilitas nasional. Dunia sudah memberikan pengakuan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah mempunyai peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, bukan hanya negara-negara berkembang namun juga pada negara maju. Walaupun mempunyai peranan yang besar terhadap pembangunan di Indonesia, UMKM juga mempunyai kelemahan berupa pinjaman

¹⁰Hasil wawancara bersama ibu Lia Wati pengelola pisang sale di Desa Tanoh Alas Kec. Babul Makmur, pada tanggal 23/12/2019.

modal, kualitas sumber daya manusia, badan hukum dari UMKM, kurangnya pengetahuan serta pengalaman dalam menghadapi di lapangan, sulitnya mendapatkan bahan baku khusus yang harus di import, teknologi yang dipakai tergolong rendah karena peralatan produksinya masih tradisional.¹¹

Walaupun jumlah UMKM selalu mengalami peningkatan, akan tetapi sektor ini belum berkembang secara optimal dari segi produktivitasnya. UMKM memiliki kemampuan yang sangat besar untuk memperluas tenaga kerja dan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Akan tetapi, ada beberapa faktor penyebab belum berkembangnya UMKM yaitu tingkat pendapatan yang rendah. rata-rata pendapatannya sebesar Rp 885.000,- per bulan, tidak memadainya legalitas usaha, lemahnya kompetensi kewirausahaan, kapasitas usaha mikro untuk mengakses permodalan terbatas, informasi teknologi maupun pasar, serta faktor produksi lain, lokasi usahanya tidak pasti.¹² Secara umum permasalahan UMKM di Kabupaten Malang terkait dengan permodalan, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia yang lemah.¹³ Permasalahan ini sama dengan permasalahan pada industri pisang sale di Aceh yaitu permodalan, pemasaran dan dukungan dari pemerintah terhadap produk yang telah dihasilkan oleh UMKM tersebut.¹⁴

Untuk memberdayakan UMKM di Indonesia, Bank Indonesia melakukan pengembangan filsafat lima jari/ *Five Finger Filsafat*, yang artinya bahwa setiap jari mempunyai perannya masing-masing, tidak bisa berdiri sendiri serta lebih kuat jika dipakai secara bersama-sama yakni:

1. Ibu jari, mewakili peran lembaga keuangan, mempunyai peran dalam

¹¹Rahmat Tufiq Dwi Jatmika, “Masalah yang Dihadapi Usaha Kecil Menengah di Indonesia,” *Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, Vol. II, Edisi 6, Juli-Desember 2016/1438 H, ISSN: 2301-7538.

¹²Hartono, Deny Dwi Hartomo, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta”, *Jurnal Bisnis & Manajemen* Vol. 14, No. 1, 2014, h. 17.

¹³Sulistyo, “Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dengan Basis Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang”, *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*. h. 58

¹⁴Wawancara dengan pengelola pisang sale yang kedua, Ibu Eli Tanggal 5 Juni 2020.

intermediasi keuangan, terutama dalam memberikan pinjaman/ pembiayaan pada nasabah usaha mikro, kecil dan menengah serta agen pembangunan.

2. Jari telunjuk, regulator mewakili pemerintah dan Bank Indonesia yang mempunyai peran pada sektor riil dan regulator fiskal, lisensi masalah bisnis, sertifikat tanah yang bisa dipakai oleh UMKM sebagai jaminan, membuat lingkungan yang kondusif dan sebagai sumber pembiayaan.
3. Jari tengah, mewakili peran katalisator untuk mendukung perbankan dan UMKM, termasuk perusahaan mempromosikan akses kredit (PEAC) unit, peminjam kredit perusahaan.
4. Jari manis, mewakili fasilitator yang mempunyai peran dalam membantu UMKM, khususnya usaha mikro dalam mendapatkan pembiayaan bank, membantu bank dalam hal *monitoring* kredit dan konsultasi untuk mengembangkan UMKM.
5. Jari kelingking, yang mewakili UMKM mempunyai peranan di dalam bisnis, pembayaran pajak serta pembukaan angkatan kerja.¹⁵

Pendekatan *Quadruple Helix* diperkenalkan oleh Carayanis dan Campbell pada tahun 2009,¹⁶ menekankan bahwa interaksi keempat komponen ABCG (*Academia, Business, Community, Government*) ialah kunci utama dalam meningkatkan kondisi yang kondusif untuk lahirnya UMKM.

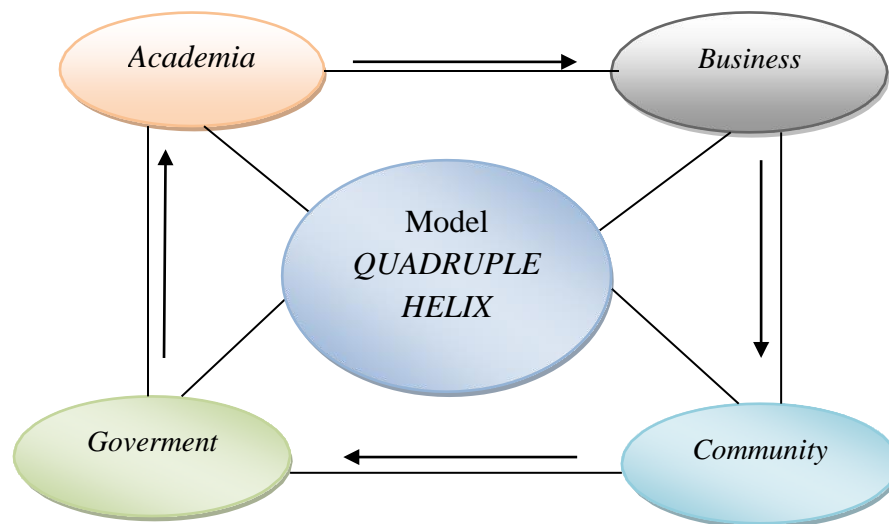
Pengembangan industri pengelola pisang sale di Kutacane, Kab. Aceh Tenggara. Walaupun pola *Quadruple Helix* sudah lama dibentuk, akan tetapi dampaknya belum terlalu terlihat terhadap *knowledge hubs* bagi pengelola pisang sale di kalangan UMKM sebagaimana yang diharapkan. Hal ini belum mencapai maksimal unsur A (*academia*) kurang terlibat dalam memberikan ide-ide yang cermerlang. G (*government*) banyak bantuan dari pemerintah akan tetapi tidak tersalurkan secara merata kepada UMKM khususnya pengelola pisang sale yang

¹⁵Bank Indonesia. 2011. *Five Finger Philosophy:Upaya Memberdayakan UMKM*, (online), (<http://www.bi.go.id/web/id/UMKMBI/Koordinasi/Filosofi+Lima+Jari/>). Diakses 24/01/2021.

¹⁶Alfit Nuryulia Praswati, *Perkembangan Model Helix dalam Peningkatan Inovasi*, Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017, ISBN: 978-602-361-067-9. h. 695.

ada di Kutacane Kab. Aceh Tenggara.¹⁷

Kemajuan industri pisang sale ini seharusnya mendapatkan dukungan dari pemerintah. Pemerintah harus memberikan fasilitas dengan mempersiapkan pasar serta faktor produksinya. Keputusan yang diambil dalam kebijakan ekonomi seharusnya berpihak kepada kemajuan pisang sale dengan memberikan kepada pengelola pisang sale khususnya yang ada di Kab. Aceh Tenggara. Oleh sebab itu, pada penelitian ini penulis menawarkan konsep *Quadruple Helix*¹⁸ yang diharapkan kedepannya terdapat perubahan yang belum berjalan secara baik walaupun sudah disusun kurikulum pelatihan untuk UMKM sebagaimana konsep berikut ini:¹⁹



Gambar 1.1
Model *Quadruple Helix*

¹⁷Hasil wawancara kepada pihak pengelola pisang sale dan Dinas Koperasi. Tanggal 05 Juni 2020.

¹⁸Model *Quadruple Helix* berawal dari *Tripel Helix* hanya dengan unsur akademisi, pelaku usaha dan pemerintah, kemudian mengalami perkembangan lagi dimana ada tambahan satu unsur lagi yaitu, komunitas dan menjadi *Quadruple Helix*.

¹⁹Dana Syahputra Barus, Strategi Pengembangan *Digital Entrepreneurship* Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan menggunakan Model *Penta Helix*, h.7.

Adapun hasil dari penelitian yang memakai *Triple Helix* meneliti tentang ekonomi kreatif menjelaskan bahwa strategi SWOT dari pola interaksi antara ketiga faktor *Triple Helix* (pelaku bisnis, pemerintah serta akademisi) berjalan baik, dan mengharuskan kolaborasi secara simbiosis mutualisme untuk mempersiapkan dan melakukan pengembangan ekonomi kreatif dengan strategi agresif atau strategi S-0 yakni memakai kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada.²⁰

Berdasarkan uraian di atas penulis terdorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang fokusnya hanya pada UMKM. Dari kenyataan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) menggunakan model *Quadruple Helix* (studi kasus pada industri pisang sale di Kab. Aceh Tenggara).

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian di atas, penulis melakukan identifikasi pada masalah yang ada. Berikut identifikasi masalahnya yakni:

1. Berdasarkan hasil wawancara kepada pengelola pisang sale (Ibu Ila) beliau mengatakankan bahwa kebijakan pemerintah belum secara merata berpihak kepada pengelola pisang sale.
2. Pengelola pisang sale belum mampu memanfaatkan untuk mengembangkan produk pisang sale, salah satu kendalanya yaitu tidak ada modal untuk membeli alat teknologi yang sangat mendukung dalam pembuatan pisang sale. Kendala yang didapati pengelola pisang sale dalam mengembangkan usaha pisang sale yaitu pada permodalan, pemasaran, dan dukungan dari pemerintah. Hal ini membuat pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara belum mampu berkembang dengan baik.
3. Industri pisang sale memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan UMKM, Makanya sangat diperlukan strategi yang baik oleh pelaku UMKM khususnya

²⁰Zul Asfi Arroyhan Daulay, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)", *Jurnal Tansiq*, Vol. 1 No 2, Juli–Desember 2018

pengelola pisang sale untuk mengoptimalkan pemasaran.

4. Kebijakan pemerintah sudah ada untuk pengembangan usaha pisang sale, akan tetapi belum ada secara merata kepada semua pengelola pisang sale.
5. Pihak akademisi sudah memberikan pemahaman dan sudah memberikan pengetahuan kepada pengelola pisang sale terkait dengan pengembangan pisang sale.
6. Komunitas sudah berkerjasama untuk mempromosikan usaha pisang sale kepada masyarakat luas.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah, maka dilakukanlah batasan penelitian ini khusus pada UMKM pengelola pisang sale dan strategi pengembangannya di Kutacane Kab. Aceh Tenggara dari masing-masing pihak (*academisi, business, community, goverment*).

D. Rumusan Masalah

Masalah utama pada penelitian ini adalah ”bagaimana strategi pengembangan UMKM pisang sale di Kab. Aceh Tenggara dalam model Quadruple Helix? Berdasarkan permasalahan di atas, beberapa pertanyaan yang nantinya dianalisis pada penelitian ini ialah:

1. Bagaimana persepsi lima *stakeholder Quadruple Helix* UMKM tentang industri pisang sale di Kutacane Kab. Aceh Tenggara?
2. Apa peran dan usaha yang sudah dilakukan oleh *stakeholder Quadruple Helix* dalam mengembangkan industri pisang sale di Kutacane Kab. Aceh Tenggara?
3. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan UMKM industri pisang sale di Kab. Aceh Tenggara?
4. Bagaimana sinergitas antar *stakeholder* dalam pengembangan UMKM industri pisang sale di Kutacane Kab. Aceh Tenggara?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi yang sudah dilakukan pengelola pisang sale dan untuk mengetahui bagaimana cara pemasaran suatu produk pisang sale dengan tepat dan benar tidak hanya sebatas sistem tradisional saja.

1. Untuk menganalisis persepsi lima *stakeholder Quadruple Helix* UMKM tentang industri pisang sale di Kutacane Kab. Aceh Tenggara.
2. Untuk menganalisis peran dan usaha yang telah dilakukan oleh *stakeholder Quadruple Helix* dalam melakukan pengembangan industri pisang sale di Kutacane Kab. Aceh Tenggara.
3. Untuk melakukan analisis faktor pendukung serta penghambat dalam mengembangkan UMKM industri pisang sale di Kab. Aceh Tenggara.
4. Untuk menganalisis sinergitas antar *stakeholder* dalam pengembangan UMKM industri pisang sale di Kutacane Kab. Aceh Tenggara.

F. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini yakni:

1. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan yang bermanfaat bagi pengambil keputusan usaha pengelola pisang sale dan menjadi acuan dalam penerapan strategi pengembangan usaha pisang sale.
2. Bagi akademisi memberikan kontribusi bagi pengelola pisang sale, kemudian dikembangkan maupun berbagi informasi kepada pengelola pisang sale untuk mengembangkan usaha pisang sale.
3. Pemerintah dapat memberikan bantuan kepada pengelola pisang sale agar membantu pisang sale kedepannya dari sisi kualitas produk untuk kemajuan pengembangan usaha pisang sale.
4. Komunitas membantu pengelola pisang sale untuk mempromosikan pisang sale kepada masyarakat luas.
5. Dapat menambah pengetahuan praktisi bagi penulis dalam rangka menerapkan teori yang diperoleh sebelumnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Strategi Pengembangan

1. *Resource-Based View*

Pada persaingan industri saat ini, suatu perusahaan diharuskan agar mempunyai daya saing yang lebih baik dari perusahaan lain, akan tetapi tidak seluruh perusahaan mempunyai daya saing ataupun *competitive advantage*. Adapun yang dimaksud dengan *competitive advantage* yakni suatu konsep yang dapat dipercaya, bisa memberikan bantuan pada perusahaan dalam memenangkan persaingan pasar. Setelah itu, di mana suatu perusahaan itu dapat menemukan *competitive advantage*? Para pakar ekonomi dunia banyak membahasnya secara terus-menerus serta melakukan penelitian asal timbulnya *competitive advantage* tersebut. Mengapa suatu perusahaan mempunyai *competitive advantage* yang berbeda?

Oleh karena itu, para pakar ekonomi dunia secara terus menerus melakukan penelitian guna mengetahui bagaimana cara perusahaan menemukan *competitive advantage* sehingga strategi perusahaan itu bisa diterapkan ataupun dilaksanakan secara efisien serta efektif. Dari beberapa penelitian awal yang kemudian melahirkan suatu teori yang dikenal dengan '*resource based view theory* (RBV)' menurut Porter ialah bagaimana suatu perusahaan itu bisa bersaing dengan perusahaan lainnya, dengan melakukan pengelolaan sumber daya yang dipunyai oleh perusahaan untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif bagi perusahaan.¹

Perusahaan yang bisa memanfaatkan sumber daya yang dipunyainya secara baik, agar mampu melahirkan sesuatu yang bisa dijadikan kelebihan dari perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain. Kelebihan tersebut bisa seperti profitabilitas dan kinerja lingkungan perusahaan yang baik. Adapun kelebihan yang dipunya oleh perusahaan tersebut bisa memberikan bantuan untuk

¹Porter. *Competitive strategy resource based view: Techniques for analyzing industries and ompetitors*, (New York: The Free Press, 1980). h. 85

perusahaan dalam melakukan persaingan terhadap perusahaan lainnya. Sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Aspek pokok pada strategi bersaing:

- a. Target pasar.
- b. Pemasaran.
- c. Penjualan.
- d. Distribusi.
- e. Tenaga kerja.
- f. Pembelian.
- g. Pabrikasi.
- h. Penelitian dan pengembangan.
- i. Keuangan dan pengendalian terhadap produk.

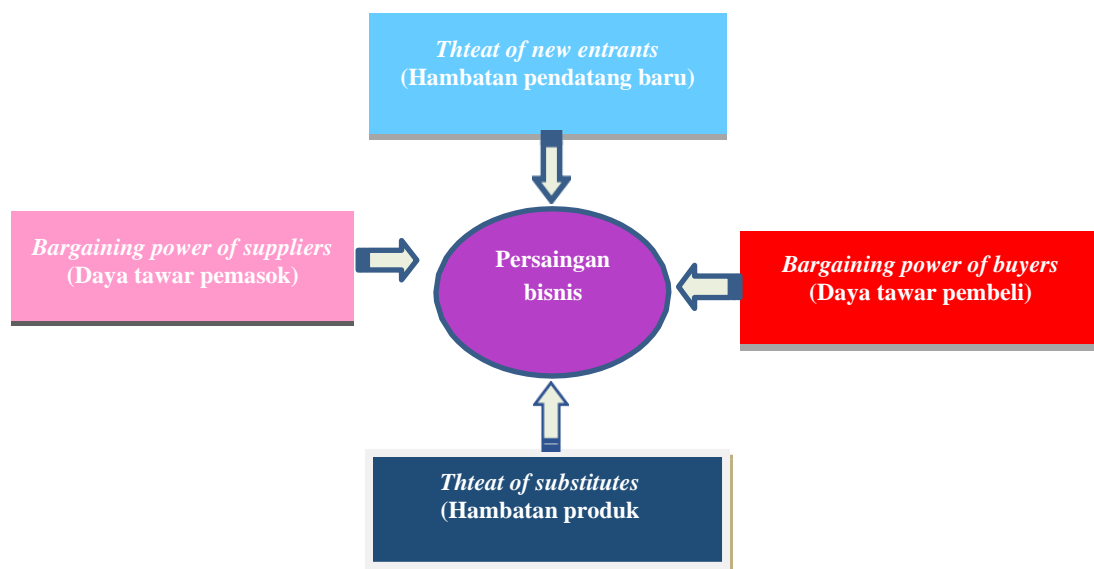
Porter mengatakan bahwa intensitas persaingan dalam suatu industri itu bukanlah suatu peristiwa kebetulan akan tetapi persaingan pada suatu industri itu bermula pada struktur ekonomi yang menjadi dasar kemudian berjalan di luar perilaku pesaing-pesaing yang ada.

Menurut Pearce dan Robinson terdapat 3 sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yaitu *tangible assets*, *intangible assets* serta *organization capabilities*. *Tangible assets* dapat diartikan sebagai aset perusahaan yang terlihat serta bisa disentuh secara langsung yang fungsinya untuk memberikan nilai tambah untuk pelanggan. Misalnya berupa fasilitas bahan baku, kantor, produksi, gedung ataupun komputer. Arti *Intangible assets* yakni aset perusahaan yang tidak terlihat serta bisa disentuh secara langsung namun perannya penting agar melahirkan kelebihan yang kompetitif untuk perusahaan. Misalnya merek dagang, hak paten, dan juga pengalaman perusahaan. Sedangkan *organization capabilities* tidak spesifik seperti *tangible assets* dan *intangible asset*, akan tetapi lebih menuju kepada kemampuan maupun keterampilan perusahaan dalam melakukan pengelolaan aset, baik mempunyai wujud ataupun tidak mempunyai wujud ke

dalam sebuah proses agar menghasilkan output bagi perusahaan.²

2. Porter Five Forces

Porter Five Forces dapat diartikan sebagai suatu cara dalam melakukan analisis industri serta pengembangan strategi bisnis ataupun lingkungan persaingan. Teori ini dipublikasikan oleh seorang profesor dari Harvard Business School yang bernama Michael E Porter yang juga dikenal sebagai bapak strategi bisnis modern. *Porter's Five Forces Analysis* (Analisis Lima Kekuatan Porter) adalah salah satu analisis yang sering dipakai pada manajemen strategi sebuah perusahaan.³



Gambar 2.1
Five Forces

²Pearce, John A dan Robinson, Richard B. *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. (New York: McGraw Hil, 2003). h. 126.

³Porter. "How Competitive Forces Shape Strategy", *Harvard Business Review*, Vol.57, No.2, 1976. h.142- 167.

Adapun *Porter's Five Forces Analysis* (Analisis Lima Kekuatan Porter) yakni:⁴

a. *Threat of New Entrants* (Hambatan Bagi Pendetang Baru)

Kekuatan ini menjadi penentu seberapa mudahnya/ sulitnya agar bisa masuk ke industri tertentu. Apabila industri tersebut bisa mendapatkan profit yang tinggi dengan sedikit hambatan maka pesaing akan segera berdatangan. Jika perusahaan saingan (kompetitor) yang bersaing di *market* yang sama semakin banyak maka profit ataupun keuntungannya akan semakin turun. Sebaliknya, jika hambatan masuk bagi pendatang baru semakin tinggi maka posisi perusahaan yang bergerak di industri tersebut akan semakin mendapatkan keuntungan.

Beberapa hambatan bagi para pendatang baru di antaranya:

- 1) Membutuhkan dana ataupun modal yang tinggi.
- 2) Memerlukan teknologi yang canggih.
- 3) Merek dagang dan hak paten.
- 4) Skala ekonomi.
- 5) Loyalitas pelanggan.
- 6) Peraturan pemerintah.

b. *Bargaining Power of Suppliers* (Daya Tawar Pemasok)

Daya tawar pemasok yang kuat memungkinkan pemasok untuk menjual bahan baku pada harga yang tinggi ataupun menjual bahan baku yang berkualitas rendah kepada pembeli. Oleh sebab itu, laba ataupun profit perusahaan jadi turun dikarenakan membutuhkan biaya yang banyak untuk membeli bahan baku yang memiliki kualitas tinggi. Sebaliknya, semakin rendahnya daya tawar pemasok, maka keuntungan perusahaannya akan semakin naik.

Jadi daya tawar pemasok jadi tinggi ketika hanya sedikit pemasok yang mempersiapkan bahan baku yang diinginkan sedangkan banyak pembeli yang ingin membeli, namun hanya ada sedikit bahan baku pengganti atau pemasok memonopoli bahan baku yang ada.

⁴David. *Strategic Management*. (New Jersey. Prentice Hall, 2006). h. 89.

c. *Bargaining Power of Buyers* (Daya Tawar Pembeli)

Kekuatan ini menilai daya tawar ataupun kekuatan penawaran dari pembeli/ konsumen, jika daya tawar pembeli dalam menuntut harga yang lebih murah ataupun kualitas produk yang lebih baik semakin tinggi, maka profit ataupun keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan produsen akan semakin rendah. Ketika harga produk yang ditawarkan lebih rendah/ murah maka pendapatan perusahaannya juga semakin rendah. Perusahaan membutuhkan biaya yang banyak untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang tinggi. Sebaliknya, jika daya tawar pembeli semakin rendah maka keuntungan perusahaan akan semakin tinggi. Jadi daya tawar pembeli tinggi saat jumlah produk pengantinya banyak atau stoknya sudah tersedia akan tetapi pembelinya hanya sedikit.

d. *Threat of Substitutes* (Hambatan Bagi Produk Pengganti)

Hambatan ataupun ancaman ini datang ketika pembeli ataupun konsumen mempunyai produk pengganti yang lebih murah ataupun yang mempunyai kualitas lebih baik dengan biaya pengalihan yang rendah. Apabila produk pengganti yang tersedia di pasar semakin sedikit maka perusahaan akan mendapatkan laba ataupun keuntungan yang tinggi.

e. *Rivalry Among Existing Competitors* (Tingkat Persaingan dengan Kompetitor)

Kekuatan ini ialah penentu utama, perusahaan harus bersaing secara kompetitif agar menemukan pangsa pasar yang besar. Perusahaan akan semakin mendapatkan keuntungan jika posisi perusahaannya kuat serta tingkat persaingan pada pasar yang sama itu rendah. Persaingan semakin ketat ketika banyak pesaing yang memperebutkan pangsa pasar yang sama, loyalitas pelanggannya yang rendah, banyaknya produk pengganti yang mudah ditemukan dan banyak kompetitor yang mempunyai kemampuan yang sama untuk menghadapi persaingan.

3. Strategi Generik (Strategi umum).

Michael Porter mengemukakan strategi generik sebagai suatu pendekatan strategi perusahaan agar lebih baik dari pada pesaing pada industri yang sama. Menurutnya, terdapat 3 (tiga) landasan strategi yang bisa membantu organisasi dalam mendapatkan keunggulan kompetitif, yakni keunggulan biaya, diferensiasi, serta fokus.⁵

a. Strategi Kepemimpinan Biaya.

Strategi ini memberikan penekanan pada efisiensi. Porter mengemukakan bahwa strategi ini bisa membuat perusahaan lebih efisien dengan cara memproduksi banyak dari standar produk agar perusahaan mendapatkan keuntungan dari skala dan kurva pengalamannya. Produk pada strategi ini biasa adalah produk yang umumnya diproduksi dengan biaya rendah serta dapat diterima oleh masyarakat luas. Strategi ini membutuhkan pertimbangan dari kelebihan pasar ataupun akses mudah pada komponen, bahan baku, tenaga kerja ataupun input penting lainnya supaya bisa sukses. Ketika keunggulan ini tidak ada maka strategi yang dilakukan perusahaan akan lebih gampang diplagiati oleh pesaing. Implementasi yang sukses bisa memberikan manfaat:

- 1) Kemampuan *engineer*.
- 2) Desain produk.
- 3) Pengendalian biaya yang ketat.
- 4) Selalu memastikan bahwa biaya tetap berada dalam tingkatan minimum.
- 5) Insentif berdasarkan terhadap target kuantitas.
- 6) *Supervise* tenaga kerja.
- 7) Akses yang berkelanjutan terhadap modal.

b. Strategi Diferensiasi

Porter berpendapat bahwa diferensiasi mempunyai tujuan pasar yang luas di mana mengikutsertakan kreasi dari produk ataupun pelayanan sebagai keunikan dari industri itu sendiri. Perusahaan ataupun unit bisnis akan memberikan biaya premium terhadap produk tersebut. Diferensiasi ini bisa

⁵Porter, Michael E, 2004. *Keunggulan Bersaing*, (Jakarta : Bina Rupa Aksara).h. 96.

dilakukan mulai dari *brand image*, teknologi, desain, *dealers*, fitur, jaringan ataupun pelayanan konsumen.

c. Strategi Fokus

Menurut Porter strategi ini memfokuskan perusahaan pada beberapa target pasar saja, biasa disebut dengan strategi fokus. Tujuannya agar fokus pada usaha pemasaran di satu atau dua segmen pasar dan menciptakan bauran pemasaran yang dikhususkan untuk pasar tersebut sehingga perusahaan bisa mendapatkan apa yang dibutuhkan oleh target pasar agar lebih baik. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif perusahaan biasanya akan lebih mempunyai efisiensi jika dibandingkan dengan efektifitas. Hal ini lebih cocok terhadap perusahaan kecil jika dibandingkan dengan perusahaan besar. Strategi fokus ini dipergunakan dalam menentukan target tertentu yang memerlukan satu substitusi di mana persaingan di dalamnya lemah dalam mendapatkan pengembalian investasi yang di atas rata-rata.

B. Pengertian dan Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dunia sudah mengakui bahwa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki suatu peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi, bukan hanya di negara-negara maju. UMKM memiliki peran dari perspektif kesempatan kerja sama sumber pendapatan yang bisa membantu kelompok miskin serta pembangunan ekonomi.⁶

Usaha mikro kecil didefinisikan sebagai aktivitas usaha yang paling banyak dilakukan masyarakat Indonesia. Pada umumnya usaha ini mempunyai ciri khas yang hampir sama pada setiap wilayahnya, misalnya mempunyai tingkat penghasilan yang rendah, pengelolaannya tidak baik, bahkan di beberapa kasus, kelompok usaha mikro kecil belum bisa memenuhi kebutuhan dasarnya berupa gizi, kesehatan, pendidikan, perumahan dan lainnya. Usaha seperti ini umumnya ialah bagian dari kegiatan keluarga, badan hukumnya tidak ada, teknologi yang dipakai sederhana, memanfaatkan sumber daya lokal serta tidak secara resmi

⁶Tulus T.H. Tambunan, Peran Usaha Mikro dan Kecil dalam Penentasan Kemiskinan di Daerah, Jurnal Bina Praja, Volume 2 No. 2 Juni 2012. h. 76.

diakui sebagai sektor ekonomi yang mempunyai peran penting untuk perekonomian nasional dan sering disebut dengan *sektor informal, underground economy* atau *extra legal sector*.⁷

Usaha mikro kecil dapat diartikan sebagai suatu sektor usaha yang dijalankan oleh masyarakat kecil, yang dikelola dengan cara tradisional akan tetapi sebagian tidak mempunyai legalitas sehingga para pekerjanya tidak bisa mendapatkan perlindungan yang memadai dari perundang-undangan dan dianggap sebagai sektor ekonomi yang tidak mempunyai peran penting untuk perekonomian nasional.

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dibedakan berdasarkan kriterianya sehingga dapat dikelompokkan pada usaha mikro, kecil serta menengah. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 sebagai berikut:⁸

Tabel 2.1
Kriteria UMKM menurut UU No. 28 Tahun 2008

No.	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
1.	Usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan yang kriteria usahanya telah terpenuhi.	Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, milik perorangan/ badan usaha bukan anak/ cabang dari perusahaan yang dimiliki.	Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan perorangan/ badan usaha bukan anak/ cabang dari perusahaan yang dimiliki. Usaha yang besar dengan jumlah kekayaan bersihnya/ hasil penjualan tahunan.
2.	Asset: Maksimal 50 juta	Asset: 50 s/d 500 Juta	Asset: 50 Juta s/d 10 Milliar

⁷Isnaini Harhap, Analisis Dampak Penerapan Perbankan Syariah Terhadap Sektor UMKM di Sumatera Utara, Disertasi 2016. h. 72-72.

⁸Undang-Undang Tahun 2008 tentang UMKM.

3.	Omset: 300 Juta	Omset: 300 Juta s/d 2,5 Miliar	Omset: > 2,5 Miliar s/d 50 Miliar
----	-----------------	--------------------------------	-----------------------------------

Berdasarkan pengertian tersebut, maka disimpulkanlah bahwa UMKM merupakan sebuah usaha pengelompokannya itu dilihat berdasarkan omset atau kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha tersebut dan tenaga kerja.

Tujuan pengelompokan UMKM tersebut agar wilayahnya terbatas sehingga bisa membedakan usaha besar secara umum. Akan tetapi, agar usaha-usaha UMKM dapat dipilah dibutuhkanlah katagori lainnya, dapat dilihat dari jenis tingkatan usahanya dan pengelompokan ini akan memberikan kemudahan terhadap perlakuan atau pemecahan permasalahan.⁹

1. UMKM yang mengarah kepada ekspor. UMKM yang mengarah kepada ekspor yaitu jenis usaha UMKM yang paling tinggi dan kemungkinan besar akan berkembang pada permintaan luar negeri. Namun, industri ini biasanya jangkauannya ialah pasar internasional untuk produknya.
2. Indutri manufaktur maupun kerajinan yang berhubungan dengan kebutuhan kota sekitar. Kelompok industri UMKM yang paling bisa bertahan ialah Industri kerajinan yang memiliki pengalaman cukup lama dan sudah membentuk klaster ataupun sentra. Penduduk menekankan untuk melakukan pengurusan lahan pertanian serta menyediakan bahan bahan baku di sekitar sentra agar usahanya terus mengalami perkembangan. Eksploiasi buruh serta bahan baku yang dapat dijangkau adalah keuntungan UMKM jenis ini dan jaringan di sentra yang sifatnya memonopoli memberikan kemungkinan agar industri kerajinan ini dapat mempertahankan usahanya dalam waktu yang sangat lama.
3. Usaha-usaha sub kontrak yaitu memperoleh pekerjaan dari industri yang lebih besar dan mengharuskan untuk memberikan hasil kerjanya pada yang memesan. Misalnya, seperti buruh usaha sub kontrak yang sangat bergantung kepada pengusaha besar yang membawa asupan/ masukan dan mengantarkan

⁹*Ibid h. 78-79*

produknya ke pasar.

4. Usaha kecil-kecilan keliling berupa penjual makanan siap saji, penjual minuman, barang pecah belah, maupun penjual jasa keliling. Pendapatan yang dihasilkan dari usaha ini tergolong kecil, namun memungkinkan untuk mendapatkan pembiayaan dari perbankan. Pencampuran antar keuangan rumah tangga serta usaha tergolong tinggi. Akan tetapi kerentanan usaha tidak terlalu tinggi dikarenakan tidak begitu bergantung terhadap pasar yang luas, namun bergantung kepada keadaan maupun kondisi rumah tangga.

C. Pisang Sale: Perspektif *Mashid Syariah*

Islam mengajarkan untuk menekankan adanya terjadi keseimbangan (*tawazun-balance*) dikalangan umat-umatnya. Tujuannya ialah untuk kemaslahatan yang meliputi lahir dan batin, dunia dan akhirat, serta untuk kepentingan diri sendiri ataupun kepentingan sosial.¹⁰ Seorang muslim tidak dibenarkan apabila dalam hidupnya hanya sebatas mengejar urusan duniawi saja, namun urusan akhirat diabaikan atau bahkan ditinggalkannya.

Dalam Islam, urusan dunia dan akhirat harus sama-sama diperhatikan secara berkesinambungan.¹¹ Kehidupan di dunia ini hanyalah sementara ataupun tidak kekal, karena kehidupan di akhiratlah yang kekal dan abadi sebagai tempat mempertanggungjawabkan segala perbuatan selama di dunia. Oleh karena itu, Islam mengajarkan agar seorang Muslim selama hidup di dunia banyak memberikan kebaikan sebagai bekal dalam menghadapi kehidupan setelah meninggal di akhir kelak.

Oleh karena itu, seorang muslim seharusnya tidak boleh mementingkan dirinya sendiri (*egoistic-annaniyyah*) dan tidak memperdulikan kepentingan orang lain. Sama halnya dengan seorang pengusaha yang hanya mementingkan korporat, namun kepentingan *stakeholder* justru tidak dipedulikan/ diabaikan. Hal

¹⁰Muhammad Djakfar, Revitalisasi dan Aktualisasi Nilai-nilai Riligiusitas untuk Mewujudkan Ekonomi *Triple Helix* yang Berkeadaban, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maliki Malang. h. 1-11.

¹¹*Ibid.* h. 4.

ini jelas tidak sejalan dengan ajaran Islam yang mengajarkan untuk saling menolong, memberikan kasih sayang kepada siapapun serta mengutamakan keadilan saat melakukan *muamalah*.

Usaha apabila tidak berlandaskan pada ajaran agama maka akan memungkinkan terjadinya penindasan oleh satu pihak terhadap pihak lainnya. Oleh karena itu, pada akhirnya pihak yang ditindas berdoa kepada Allah SWT tentang hal-hal yang buruk untuk usaha tersebut. Sehingga, usahanya mendapatkan keburukan, usaha akan menyusut pada akhirnya akan tutup dan kemungkinan besar bangkrut.

Namun sebaliknya, ketika usaha yang didirikan berlandaskan pada ajaran agama maka akan memberikan manfaat untuk banyak orang sehingga mereka memperoleh manfaat tersebut, dan kemungkinan akan berdoa kepada Allah SWT tentang hal-hal yang baik kepada kita sehingga usaha kita mendapatkan kebaikan menjadi tumbuh dan berkembang.

Kesadaran para pelaku usaha terhadap tujuan yang seharusnya dan usaha terus bertumbuh serta berkembang. Hal ini bisa dilihat dari meningkatnya pertumbuhan industri berbasis syariah (*maqashid syariah*) belum dapat memberikan gambaran mengenai seberapa besar manfaat bisnis yang diperoleh oleh para pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena belum adanya metodologi yang sesuai untuk mengukur kinerja pelaku usaha tersebut.¹²

Maqashid merupakan bentuk plural (jama') dari *maqashid* akar katanya adalah *qasada* yang berarti menuju atau betujuan, berkeinginan dan kesengajaan.¹³ Oleh karena itu, *maqashid* bisa diartikan dengan tujuan atau beberapa tujuan. Sedangkan kata *al-syari'ah* asalnya dari kata *syara'a* yang artinya adalah berjalan ke arah sumber air sebagai sumber kehidupan.¹⁴ Adapun

¹²Achmad Firdaus, *Maslahah Performa (MAP) Sistem Manajemen Kinerja Berbasis Maslahah*, (Yogyakarta: Penerbit K-Media, 2017), h. 2.

¹³A. W Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, (Yogyakarta: Pustaka Progressif, 1984), h.1124.

¹⁴Ibnu Manshur al-Afriqi, *Lisan al-'Arab*, (Beirut: Dar al- Shadr VIII), h. 175.

pengertian secara terminologi *maqahid syariah* atau *al maqashid al syar'iyah* adalah tujuan-tujuan syariat Islam ataupun bisa juga diartikan sebagai tujuan-tujuan pembuat syari'ah (Allah) untuk menentukan ajaran atau syari'at Islam. *Maqashid syariah* juga sebagai ketetapan Allah SWT untuk menjadi masalah pada manusia.¹⁵

Para ulama mendefinisikan *maslahah* sebagai manfaat maupun kebaikan yang dimaksudkan oleh *syar'i* hamba-Nya untuk menjaga agama, akal, jiwa, keturunan serta harta mereka.¹⁶ Mustafa Zaid menjelaskan, bagaimanapun istilah *maslahah* diartikan dan dipergunakan diharuskan mengandung 3 (tiga) hal, yakni:

1. *Maslahah* tersebut bukan merupakan hawa nafsu, ataupun upaya memenuhi kepentingan individual.
2. *Maslahah* mengandung aspek positif maupun negatif, karena itu menolak kemudharatan sama dengan mendatangkan manfaat.
3. Semua *maslahah* harus mempunyai hubungan baik langsung ataupun tidak langsung dengan lima aspek fundamental (*al-kulliyah al-khamsah*).¹⁷

Penetapan suatu hukum dalam Islam seharusnya bermuara pada kebaikan bagi semua umat manusia. Saat Allah SWT memberikan ketetapan pada sebuah aturan maka terdapat manfaat lain untuk kebaikan manusia, Allah SWT tidak menciptakan hukum begitu saja.¹⁸

¹⁵Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), h. 43.

¹⁶Mustafa Zaid, *Al -Maslahah Fi Tasyri' al-Islami wa Najm ad-Din at-tufi*, cet. 2 (Kairo: Dar al Fikr al-'Arabi, 1964), h. 22.

¹⁷Muhammad 'Abd al-'Ati Muhammad Ali, *Al-Maqashid asy-syari'ah wa Asaruha Fi al-Fiqh al-Islami* (Kairo: Dar al-Hadis, 2007), h. 103.

¹⁸Rachmasari Anggraini, "Maqāshid al-Sharī'ah sebagai Landasan Dasar Ekonomi Islam, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*", Vol. 9, No. 2, (2018), h. 295.

Tabel 2.2
Indikator *Maqashid Syariah*

Agama	Melaksanakan sholat lima waktu secara rutin, sholat jumat secara tepat waktu, mampu membayar zakat fitrah, kemudahan mengakses masjid untuk sholat berjamaah, mampu berinfaq, dan bersihkan diri sebelum sholat.
Akal	Mampu menyekolahkan anak sampai keperguruan tinggi.
Jiwa	Mudah mengakses layanan kesehatan (puskesmas) dan mampu membeli obat, tempat tinggal milik sendiri dan layak huni, makan-makanan bergizi.
Keturunan	Mendapat pendidikan formal, mempunyai tabungan untuk masa depan anak.

Tabel di atas terlihat bahwa ada beberapa *maqashid syariah* serta beberapa penjelasannya yakni:¹⁹

1. *Maqashid Syariah* yang pertama yaitu menjaga agama. Menurut Umar Chapra sebuah pemilik usaha dikatakan baik ketika bisa mengarahkan masyarakat agar senantiasa melakukan ibadah kepada Allah SWT yakni dengan mengerjakan segala perintah-Nya serta menjauhi segala larangan-Nya.²⁰ Adapun indikatornya yaitu:
 - a. Percaya bahwa Allah Maha tahu serta maha melihat terhadap apa yang telah kita kerjakan. Hal inilah yang menjadi pendorong para pelaku usaha agar tidak berlaku curang, tidak mengerjakan sesuatu yang bisa membuat

¹⁹Safarinda Imani, Analisis Kesejahteraan Maqashid Syariah pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah, *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 4 No.1. h. 62.

²⁰Umar Chapra, *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqashid Syariah*, (London: The International Institute of Islamic Thought, 2008), h. 23.

orang lain rugi. Hal lainnya karena mereka percaya bahwa Allah bisa melihat segala yang mereka kerjakan.

- b. Indikator bagi pemilik usaha yang kedua yakni memberikan kesempatan dalam mengerjakan sholat di awal waktu dan untuk pegawai indikator yang kedua yakni mengerjakan sholat di awal waktu juga.
 - c. Indikator ketiga yaitu menghadiri kegiatan keagamaan seperti sholat berjamaah, tadarus maupun pengajian. Tujuannya adalah untuk meningkatkan iman mereka serta bisa lebih mendekatkan diri mereka kepada Allah SWT.
 - d. Indikator keempat dari menjaga agama yakni mendukung supaya bisa memenuhi kewajibannya sebagai muslimah contohnya mengenakan jilbab. Tujuannya adalah untuk mengerjakan kewajibannya sebagai muslimah dengan mengenakan jilbab karena menganggap dengan mendukung sesama muslim dalam melaksanakan kewajibannya sama halnya dengan memberikan dukungan agar diri lebih dekat kepada Allah SWT dan menjaga ketaatannya dalam mengerjakan perintah Allah SWT.
 - e. Indikator kelima yaitu disediakannya fasilitas untuk ibadah, sebagian besar pemilik sudah mempersiapkan fasilitas untuk melakukan ibadah yang akan digunakan oleh pegawai, seperti musholla.
2. *Maqashid Syariah* yang kedua yaitu menjaga jiwa. Teori Chapra menjelaskan bahwa agar kesejahteraan seseorang terpenuhi maka harus memenuhi jiwa yang sehat sehingga bisa mengerjakan syariat maupun menjalankan aktivitas seperti biasa.²¹ Untuk pemilik usaha dalam menjaga jiwa dibagi jadi 5 (lima) indikator yakni:
- a. Memberi bantuan untuk karyawan lain saat sedang sakit.
 - b. Memberikan izin saat tidak bisa bekerja karena sakit.
 - c. Melakukan penerapan standar kesehatan kerja.
 - d. Keselamatan kerja.
 - e. Jam kerja disesuaikan dengan UU No. 13 tahun 2003 tentang

²¹*Ibid*, h. 7

ketenagakerjaan.

3. Implementasi *maqashid syariah* yang ketiga yakni menjaga akal. Bentuknya seperti *training* untuk karyawan baru, diadakannya pelatihan mengelola pisang sale, adanya edukasi tentang narkoba serta larangan minuman keras, terdapat kesempatan untuk meningkatkan rukun Islam (nilai-nilai Islam) melalui pengajian maupun media elektronik. Menurut Chapra kemajuan suatu usaha bisa terlihat dari kualitas pendidikannya. Orang yang memiliki akal yang sehat akan lebih tepat mempergunakan ilmunya dengan baik.²² Teori ini mendapatkan dukungan dari Jasser Auda yang mengatakan bahwa kesejahteraan ataupun kemaslahatan dibangun dengan sumber daya manusia yang berkualitas melalui pengembangan pikiran secara ilmiah.²³
4. *Maqashid syariah* keempat yaitu menjaga keturunan. Bagi pemilik usaha pisang sale memberikan gaji yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, memberikan bantuan /tunjangan (THR, bantuan pendidikan, bantuan pernikahan, bantuan melahirkan), menjaga silaturahmi dengan sesama pemilik usaha pisang sale maupun karyawan. Adapun Indikator untuk karyawan yakni gaji yang diperoleh dipakai untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, menggunakan bantuan/ tunjangan (THR, bantuan pendidikan, bantuan pernikahan, bantuan melahirkan) sesuai dengan kebutuhannya, dan menjaga silaturahmi dengan pemilik, dan dengan karyawan lainnya. Menurut Umar Chapra kebijakan dalam menjaga keturunan diperlukan supaya lahir generasi yang baik serta berakhak mulia pada masa mendatang.²⁴
5. *Maqashid syariah* kelima yakni menjaga harta. Terdapat enam indikator yakni gaji sesuai dengan UMR, menjauhi transaksi yang mengandung riba, *gharar* dan *maisir*, mengutamakan bank syariah sebagai tempat untuk melakukan simpanan dana, memberikan sebagian harta untuk zakat infaq maupun

²²*Ibid*, h. 27.

²³Jasser Auda, *Membumikan Hukum Islam melalui Maqashid Syariah*, (Bandung, Mizan, 2008), h. 57.

²⁴*Ibid*, h. 31.

sadaqoh, cara memperoleh hartanya sesuai dengan ajaran Islam dan menghindari suap-menyuap. Menurut Umar Chapra harta merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam memenuhi *maqashid syariah*.²⁵ Konsep tersebut mendapatkan dukungan dari konsep kesejahteraan As-Syathibi yang mengatakan mendapatkan harta untuk sarana kehidupan di dunia maupun di akhirat serta bisa menggunakannya untuk kesejahteraan manusia. Sedangkan Jasser Auda mengembangkan penggunaan *maqashid (hiidzu al-mal)* dalam bidang ekonomi, masyarakat sejahtera serta pengurangan perbedaan antara kelas sosial ekonomi.

D. Pisang Sale

Pisang ialah buah yang banyak dikonsumsi dalam bentuk segar. Masalah yang timbul akibat mengkonsumsi pisang dalam bentuk segar adalah mudah rusak dan cepat mutunya cepat berubah setelah panen, karena mempunyai kandungan air tinggi serta aktivitas proses metabolismenya meningkat setelah dipanen. Pada tahun 2014, produksi pisang di Indonesia cukup tinggi mencapai 7.008.407 ton dan tidak sebanding dengan tingkat konsumsi masyarakatnya. Hal inilah yang mengakibatkan banyaknya pisang yang tidak digunakan karena daya simpan buah pisangnya yang relatif cepat. Solusi yang tepat dari masalah ini ialah dengan mengolah pisang menjadi produk olahan sale dan tepung.²⁶

Tepung yang telah dibuat bisa memperpanjang daya simpan pisang tanpa mengurangi nilai gizinya. Solusi tersebut menjadi cara yang tepat dalam mengatasi tingginya produksi pisang dengan keterbatasan teknologi pasca panen yang ada. Syarat mutu pisang sale yang baik ialah kadar air maksimumnya 40%, rasanya khas, baunya normal, tidak ada cemaran logam maupun mikroba.

²⁵*Ibid*, h. 31.

²⁶Putri, dkk, "Pemanfaatan Jenis-Jenis Pisang Sale (Banana dan Plantain) Lokal Jawa Barat Berbasis Produk Sale dan Tepung", *Junal Ekonomi*, 2015, h. 15.

Pisang yang dipakai dalam membuat tepung yakni pisang mentah yang sudah cukup matang. Pisang yang dipakai ialah pisang ambon kuning ataupun pisang barangan. Adapun cara pengolahan pisang sale:²⁷

1. Mengupas kulit pisang ambon. Kemudian irislah pisang menjadi tipis dengan bentuk memanjang. Buatlah hal tersebut secara terus menerus hingga seluruh pisang habis diiris.
2. Siapkanlah nampan, letak pisang ke dalam nampan lalu jemurlah di bawah terik matahari sampai mengering. Apabila musim hujan dan tidak memungkinkan untuk menjemurkan pisang, selama 3 sampai 4 hari.
3. Panaskanlah minyak secukupnya untuk menggoreng pisang. Gorenglah pisang sampai berwarna kecoklatan. Gunakanlah kayu bakar untuk melakukan penggorengan agar matang. Setelah itu, angkatlah pisang tersebut lalu tiriskan.
4. Tunggulah pisang agak dingin sambil buat adonan untuk bahan pencelup sale pisang. Siapkanlah wadahnya, masukkanlah tepung beras, tepung sagu, gula pasir, serta air bersih. Agar seluruh bahannya tercampur rata aduk-aduklah bahan tersebut.
5. Celupkanlah seluruh pisang yang sudah digoreng ke dalam adonan, setelah itu panaskanlah minyaknya secukupnya dan gorenglah pisang yang sudah dicelupkan ke dalam adona sampai berwarna kecoklatan kemudian angkatlah serta tiriskanlah.
6. Pisang salenya siap untuk disajikan.²⁸

E. *Quadraple Helix*

Model strategi akan mengikutsertakan unsur *Quadraple Helix* yakni ABCG (*Academics, Business Sector, Communities, Government*): Akademisi, Sektor Bisnis, Komunitas, dan Pemerintah. Unsur ini awalnya merupakan *Triple Helix* yang unsur-unsurnya ialah *Academics, Business Sector, Government*, yang kemudian ditambahkan unsur, *Civil Society (Communities* dalam penelitian

²⁷Lia, Pengelola Pisang Sale, wawancara pribadi, Kutacane, 10 Mei 2020.

²⁸<https://www.sipendik.com/cara-membuat-sale-pisang-manis-dan-renyahsederhana/>, diakses pada tanggal 27 Januari 2020.

ini), jadi *Quadruple Helix*, untuk mengakomodasi perspektif masyarakat, dalam hal ini merupakan “masyarakat berbasis media dan budaya” yang juga telah menjadi bagian menyeluruh dari inovasi di Abad-21 ini.²⁹

F. Penelitian yang Relevan

Model strategi akan penelitian yang relevan akan dijadikan salah satu sumber referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Peneliti menggunakan beberapa penelitian yang relevan sebagai berikut:

Tabel 2.3
Penelitian yang Relevan

No.	Nama (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1.	Zul Asfi Arroyhan Daulay (2018)	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode <i>Triple Helix</i>	Hasil penelitiannya menggambarkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif pada subsektor kerajinan ada di urutan ketiga setelah kuliner dan fashion. Penggunaan strategi yang dipakai dalam pengembangan ekonomi kreatif ialah strategi agresif ataupun strategi S-0 yakni mempergunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang.
2.	Atika Nurmalia (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dengan Model Penta Helix	Penelitian ini menggunakan model <i>penta helix</i> . Pemerintah menjalankan strategi dan berkolaborasi dengan <i>stakeholder</i> lain. Pola hubungan dengan

²⁹Park, H.W. 2013. *Transition from the Triple Helix to N-Tuple Helices? An Interview with Elias G. Carayannis and David F.J. Campbell*. Budapest, Hungary: Akademiai Kiado (online).

			berbagai macam yaitu <i>networking</i> , <i>coordinating</i> , <i>cooperating</i> , maupun <i>collaborating</i> .
3.	Mulyana, Suutupa (2014)	Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan <i>Quadruple Helix</i> : Studi Pada Industri Kreatif Sektor <i>Fashion</i> .	Penelitian ini menggunakan pendekatan <i>Quadruple Helix</i> . Hasil penelitiannya menunjukkan <i>Quadruple Helix (intellectual, government, business, civil society)</i> berpengaruh signifikan terhadap kreatifitas.
4.	Anah Furyanah dan Haidilia Maharani (2019)	Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran Sale Pisang	Penelitian menggunakan metode hayami dan analisis SWOT. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi pasar industri sale pisang murni ada di kuadran I yakni memakai strategi SO (<i>Streategi-Oppertunity</i>) dengan memakai kekuatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang dihadapi.
5.	Rosda Malia dan Getama Priadi (2013)	Analisis Strategi Pengembangan PD. Rasa Mandiri	Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dengan hasil Matriks IFE sera EFE memperlihatkan total bobot skor rata-rata sebesar 2,73 serta 2,63.
6.	Ine Indriastuti, dkk. (2015)	Strategi pemasaran berdasarkan perilaku pembelian keripik pisang di Kota Metro.	Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Adapun hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang berlandaskan pada perilaku pembelian keripik pisang

			memperlihatkan bahwa industri keripik pisang perlu menjaga harga jual, melakukan peningkatan <i>skill</i> serta menguasai teknologi agar citranya menjadi meningkat.
7.	Karvien (2019)	Analisis strategi pemasaran dan implementasi <i>e-marketing</i> usaha keripik pisang lapis lumer melte vanana kota Bandar Lampung.	Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa kelebihan usaha Melte Vanana yang paling utama yakni kualitas produk, <i>design</i> kemasannya dan citra mereknya. Penilaian matriks IE menunjukkan usaha Melte Vanana berada pada sel II yakni strategi untuk melakukan pertumbuhan serta perkembangan.
8.	Adhe Anggreini Saragi (2016)	“Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT” (Kasus, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)”	Penelitian ini menggunakan, analisis SWOT. Adapun hasil penelitiannya ialah terdapat 4 macam cara dalam melakukan pemberdayaan industri batu bata di Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul yakni: (1) Dengan melakukan perluasan pasar agar produknya dikenal, (2) melakukan pengembangan pada produk batu bata yang berkualitas, (3) mengambil manfaat dari sumber daya manusia

			dengan tujuan untuk melakukan produksi batu bata, seta (4) mencari modal sebanyak-banyaknya untuk melakukan pengembangan usahanya.
9.	Muhammad Fakhrul Izzati Wilopo (2018).	Implementasi Triple Helix dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kreatif di Kota Malang sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN.	Penelitian menggunakan <i>Triple Helix</i> . Adapun hasil penelitian ini yaitu pertumbuhan industri kreatif di Kota Malang. Metode yang dipakai pada penelitian ialah metode analisis jaringan yang mana metode ini dipakai guna mencari tahu hubungan antara faktor, kedekatan antar faktor serta perantaranya di dalam jaringan implementasi <i>Triple Helix</i> untuk mendorong pertumbuhan industri kreatif di Kota Malang.
10.	Alfi Amalia, Wahyu Hidayat dan Agung Budiarmo (2012)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batik pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang	Penelitiannya menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT, didapatkanlah beberapa pilihan strategi yakni: memakai teknologi modern, menjaga kualitas produk, menggunakan bantuan modal dari pemerintah, pelatihan terhadap pegawai, mempekerjakan tenaga ahli, pembukuan pada administrasi maupun keuangan, melakukan kerja sama dengan pedagang besar

			batik, melakukan kegiatan promosi dengan internet, melakukakn penawaran produk kepada organisasi ataupun kelompok kerja.
11.	Heru Susanto (2016)	Strategi Pengembangan UMKM Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan dan Fashion di Daerah Istimewa Yogyakarta.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif Yogyakarta kerajinan dan fashion di daerah istimewa Yogyakarta dilihat dari hasil analisis SWOT terdapat beberapa strategi yaitu peningkatan hasil kreatifitas, info pasar serta pemasaran yang lengkap tentang pasar nasional dan internasional, memberikan bekal jiwa kewirausahaan, mencari jalan alternatif sumber-sumber pembiayaan, mencari bahan baku yang memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau serta mampu melahirkan kreatifitas yang baru, meningkatkan kreatifitas serta efisiensi baik produksi maupun pemasarannya.
12.	Dana Syahputra Barus (2019)	Strategi Pengembangan <i>Digital Entrepreneurship</i> Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan menggunakan Model <i>Penta Helix</i>	Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM lebih meluaskan jangkauan konsumennya melalui digital (media). Caranya dengan melakukan pemahaman tentang era digital ini dengan cermat.

			Harapannya agar UMKM memasuki pasar ASEAN (MEA). Hal yang penting untuk ditekankan lagi ialah perluasan jangkauan maupun spesifikasi dengan teknologi digital serta <i>e-commerce</i> , dikarenakan bisa melakukan peningkatan kinerja UMKM.
13.	Iqbal Fauzi (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Presm Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas).	Penelitiannya menggunakan analisis SWOT. Adapun hasilnya ialah pengusaha kerajinan genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas melakukan peningkatan pasar ke arah yang lebih luas, menjaga kualitas produknya, melakukan pelatihan pada pekerja, melakukan peningkatan kualitas layanan pelanggan, serta melakukan penetapan harga.
14.	Widya Setiyawati (2021)	Analisis Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah pada Kesejahteraan Masyarakat Kampung Bordir Kec. Beji (Ditinjau dari <i>Maqashid syariah</i>)	Usaha kecil dan menengah yang ada di kawasan Desa Glanggang dalam mengembangkan usaha yang dijalankannya dengan usaha yang halal, meningkatkan tenaga kerja, mempertahankan kualitas jenis produk, pelayanan maupun hubungan yang baik terhadap <i>coustumer</i> maupun modal.

15.	Rachmat Bilpen (2016)	Strategi Pengembangan UKM digital dalam menghadapi Era Pasar Bebas.	Dari hasil penelitian ini diperlukan strategi pengembangan digital terhadap UKM yaitu dengan adanya proses produksi, penyediaan infrastruktur, dan perluasan pasar baik dalam jangka pendek, menengah bahkan dalam jangka panjang serta meningkatkan kinerja.
16.	Samina dan Dody, dkk (2020)	Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Pisang pada UMKM Keripik Tiga Bujang di Kota Pontianak.	Olahan pisang jadi keripik pisang pada UMKM keripik pisang 3 bujang di Pontianak memberikan hasil pada nilai tambah sebesar Rp. 15.114/kg bahan baku. Strategi yang digunakan yaitu SO yaitu memakai kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
17.	Sri Wahyuni dan Lely Hana. (2020)	Peran <i>Quadruple Helix</i> untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Kinerja Inovasi Industri Kreatif.	Perkembangan industri kreatif dalam perekonomian Indonesia memberikan pengaruh signifikan bagi pertumbuhan perekonomian. Menggunakan pendekatan dalam model <i>Quadruple Helix</i> , tujuannya mengembangkan model kreativitas untuk peningkatan kinerja inovasi pada industri kreatif.
18.	Khusniyah dan Dwi Apriyanti. (2020)	Implementasi <i>Quadruple Helix</i> dalam Membentuk <i>Creative Enterprenuer Network</i> bagi UMKM	Penelitian ini menggunakan pendekatan <i>Quadruple Helix</i> , hasil dari penelitian ini belum adanya pendampingan dari pemerintah

		Olahan Tahu di Kab. Kediri.	serta universitas untuk memberikan bantuan pada UMKM agar bisa meningkatkan inovasi produk olahan tahu, promosinya hampir tidak ada baik secara <i>offline</i> maupun secara <i>online</i> . Penerapan <i>Quadruple Helix</i> dalam membentuk <i>creative enterprener network</i> bagi UMKM tahu serta olahan tahu belum dilaksanakan dikarenakan tidak adanya kerjasama yang baik.
19.	Muhamad Imron (2020)	Kalaborasi <i>Quadruple Helix</i> dalam menciptakan Inovasi Konsep Wisata Edukasi Kampung Nanas di Desa Palaan.	Dari hasil penelitiannya terlihat bentuk kerjasama kolaborasi antara elemen <i>Quadruple Helix</i> di desa Palaan. Model ini dianggap efektif dikarenakan memberikan ruang yang sama pada semua <i>stakeholder</i> yang terkait, khususnya masyarakat yang hanya diposisikan sebagai obyek suatu kebijakan. Dari model ini, selain melahirkan inovasi konsep wisata edukasi, diharapkan juga bisa memaksimalkan potensi desa yang berpengaruh kepada kesejahteraan maupun kemandirian desa.
20.	Sri Mulyani dan Sisti Zulaikha (2018)	Kalaborasi <i>Quadruple Helix</i> dalam Metode Pengembangan Kota Kreatif Studi Kasus di	Dengan melakukan penelitian mendapatkan hasil model pengembangan kota kreatif yang mengikutsertakan empat unsur,

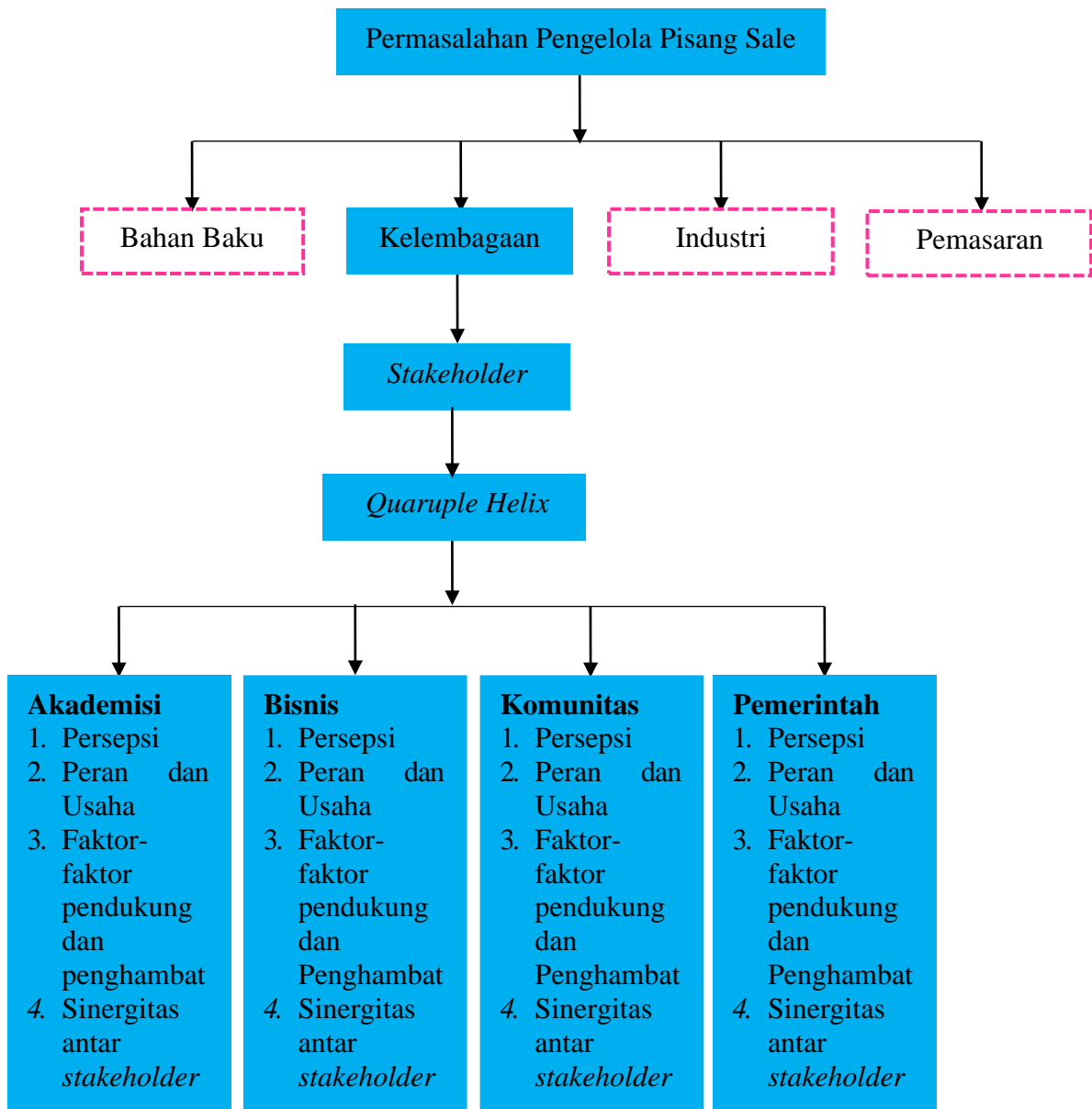
		Kab. Purbalingga.	yakni pemerintah, usaha kreatif Kab. Purbalingga, dan para akademisi yang terlibat dengan <i>Quadruple Helix</i> , sehingga masing-masing produknya mempunyai nilai tambah yang unggul serta dapat bersaing.
--	--	-------------------	--

Sumber: Kesimpulan penelitian-penelitian terdahulu.

Terdapat beberapa perbedaan dalam penelitian ini yaitu memakai metode *Quadruple Helix* untuk strategi pengembangan UMKM khususnya pengelola pisang sale yang ada di Kab. Aceh Tenggara. Sedangkan penelitian-penelitian terdahulu menggunakan metode analisis SWOT, penelitian menggunakan *Triple Helix*, *Penta Helix* dan hanya sebatas mendeskripsikan saja. Akan tetapi, ada yang menggunakan *Quadruple Helix*, objek penelitiannya berbeda dengan penelitian ini.

G. Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini digambarkanlah suatu kerangka konseptual yang bisa dijadikan dasar/ acuan pada penelitian ini. Pendekatan *Quadruple Helix* (Akademisi, Sektor Bisnis, Komunitas, Pemerintah) dalam penentuan strategi pengembangan usaha pisang sale digambarkan dengan kerangka konseptual yakni sebagai berikut:

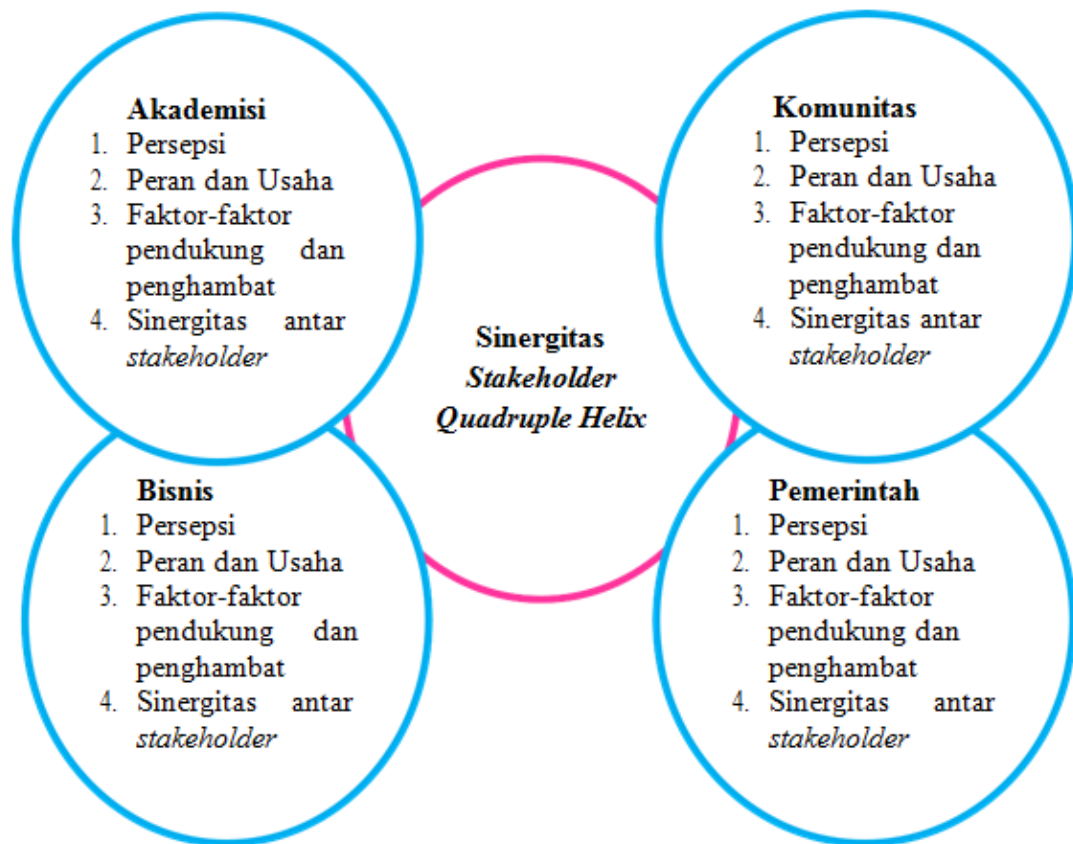


Gambar 2.2

Kerangka Konseptual

Dari kerangka konseptual di atas, digambarkanlah bahwa model *Quadruple Helix* (Akademisi, Sektor Bisnis, Komunitas, dan Pemerintah) selanjutnya bisa menjalankan perannya masing-masing guna pengembangan usaha pengolahan pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara dan diharapkan bersinergi ataupun memberikan suatu ide ataupun gagasan baru.

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan model *Quadruple Helix* dalam memecahkan masalah kelembagaan ini. Karena model ini merupakan suatu model yang banyak digunakan oleh para peneliti dalam meneliti inovasi-inovasi dan penelitian social lainnya. Kesamaan persepsi *stakeholder* dan sinergi antar *stakeholder Quadruple Helix* pengelola pisang sale ini sangat diperlukan untuk memecahkan masalah ini. Kunci keberhasilan implementasi pengembangan usaha pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara yakni dikarenakan terdapat visi yang sama, pandangan/ pendapat yang sama, peran serta usaha mereka, faktor-faktor yang mendukungnya serta penghambatnya, dan sinergi antara *stakeholder* usaha pengelola pisang sale. Sinergi *stakeholder* yang termasuk ke dalam *stakeholder Quadruple Helix* wajib dioptimalkan.

Diharapkan dengan model ini ditemukan benang merah permasalahan dan dengan adanya sinergi masing-masing *stakeholder* menjadi kekuatan yang nyata dalam mengembangkan usaha pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara. Hasilnya akan digunakan sebagai pedoman bagi *stakeholder* usaha pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara untuk kembali dari stagnasi yang ada sekarang. Sehingga pengembangan usaha pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara bisa terwujud dan bisa memasarkan pisang sale lebih banyak lagi untuk kedepannya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatannya

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan metode kualitatif yang sifatnya analisis induktif. Artinya penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, melakukan penyusunan serta pendeskripsian data maupun informasi secara aktual. Data yang telah didapatkan akan diinterpretasikan berbentuk uraian/ penjelasan maupun analisis agar tujuan yang hendak dicapai diperoleh pada penelitian ini.

Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian yang dilandasi oleh filsafat pospositivisme yang berpendapat bahwa realitas sosial sebagai suatu yang kompleks, utuh, dinamis, bermakna, serta memiliki hubungan gejala yang sifatnya *interaktif (reciprocal)*.¹ Penelitian ini diawali dengan melakukan penyusunan asumsi dasar serta aturan berfikir yang akan dipakai untuk penelitian. Asumsi serta aturan berfikir itu kemudian diterapkan dengan cara sistematis untuk pengumpulan maupun pengolahan data dalam memberikan penjelasan maupun pendapat/ persepsi. Pada penelitian ini info yang didapatkan dan diolah diharuskan agar tetap obyektif serta tidak terpengaruh terhadap persepsi peneliti sendiri. Fokus penelitian ini pada studi kasus yang merupakan penelitian rinci tentang suatu obyek untuk periode tertentu dan dilakukan secara utuh, menyeluruh dan mendalam dengan memakai berbagai sumber data.

Metodologi kualitatif dapat diartikan sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara mendasar tergantung kepada apa yang diamati oleh manusia dengan kekhasannya sendiri dengan memahami dan menafsirkan fenomena yang terlihat.² Penelitian kualitatif diartikan juga sebagai penelitian

¹Sugiyono. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif , dan R & D*. (Bandung : Alfabeta, 2017), h .8.

²Kirk, j., dan Miller, M.L. *Reliability and Validity in Qualitative Research* (Beverly Hills: Sage Publications, 1986). H. 9. Lihat juga Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet. 31, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2013), h. 2.

yang dilakukan untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya secara keseluruhan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata serta bahasa dalam suatu konteks khusus alamiah maupun dengan menggunakan berbagai metode yang alamiah.³

Pendekatan kualitatif menekankan dan merujuk kepada proses yang artinya tidak dilakukan penelitian dengan cara yang ketat ataupun dapat diukur, dilihat berdasarkan jumlah, kualitas, intensitas ataupun frekuensi. Penelitian ini menekankan sifat realita yang dibangun secara sosial, hubungan yang kuat antara peneliti dengan yang diteliti serta hambatan situasional yang membentuk penyelidikan.

Penelitian ini melakukan pengumpulan data berdasarkan informan yang berasal dari unsur *stakeholder Quadruple Helix*, yakni Akademisi, Pemerintah, Bisnis, dan Komunitas. Data yang dihimpun peneliti dari empat *stakeholder* tersebut. Adapun umpan balik yang ingin penulis dapatkan dari *stakeholder* tersebut yakni pertama, bagaimana pemahaman maupun persepsi mereka mengenai pisang sale. Kedua, Peran dan usaha apa saja yang sudah mereka buat untuk pisang sale. Ketiga, Apa saja aspek-aspek pendukung dan apa saja hambatan-hambatan yang mereka hadapi dalam pengembangan usaha pisang sale, dan keempat kerjasama dalam bidang apa saja yang telah dilakukan antara *stakeholder* tersebut.

Pada umumnya penelitian ini sifatnya deskriptif yakni dengan cara memberikan gambaran apa adanya mengenai suatu gejala, variabel, ataupun situasi serta lebih cenderung memakai analisis berdasarkan pendekatan induktif yang dilakukan dalam kondisi yang wajar serta mengutamakan emik bukan etiknya, menekankan kualitas datanya bukan banyaknya (kuantitas) datanya.

Sifat induktif pada penelitian kualitatif merupakan ciri dan karakteristik, maka pengembangan konsep yang berlandaskan pada data yang ada, mengikuti

³Abdul Aziz dalam Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif, Edisi Pertama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).

desain penelitian yang fleksibel sesuai dengan konteksnya. Ada beberapa ciri penelitian kualitatif yakni:⁴

1. Penelitian kualitatif memakai latar ilmiah ataupun dengan konteks dari suatu keutuhan (*enity*).
2. Penelitian kualitatif instrumennya ialah manusia, baik meneliti sendiri ataupun dengan bantuan orang lain.
3. Penelitian kualitatif memakai metode kualitatif.
4. Penelitian kualitatif memakai analisa data dengan menggunakan metode induktif.
5. Penelitian kualitatif lebih menginginkan arah bimbingan penyusunan teori substantif yang asalnya dari data.
6. Penelitian kualitatif dengan melakukan pengumpulan data-data deskriptif (kata-kata, gambar), bukan angka-angka.
7. Penelitian kualitatif lebih mengutamakan proses dibandingkan hasilnya.
8. Penelitian kualitatif menginginkan adanya batasan dalam penelitian atas dasar fokus yang muncul sebagai masalah dalam penelitian.
9. Penelitian kualitatif mendefenisikan validitas, reabilitas, objektivitas serta versi lain dibandingkan dengan yang sering dipakai pada penelitian klasik.
10. Penelitian kualitatif melakukan penyusunan desain secara terus-terusan yang disesuaikan berdasarkan fakta yang ada di lapangan (bersifat sementara).
11. Penelitian kualitatif menginginkan supaya arti maupun hasil interpretasi yang didapatkan didiskusikan serta disetujui oleh manusia yang dijadikan sebagai sumber data.

⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Aneka Cipta, 2006), h. 15.

Menurut Creswell, terdapat 5 pendekatan pada penelitian kualitatif, yakni:⁵

1. Studi naratif, yakni studi yang bisa diartikan sebagai studi yang fokusnya kepada narasi, cerita ataupun deskripsi mengenai suatu peristiwa yang berkaitan dengan pengalaman manusia. Studi ini terdiri dari banyak hal, di antaranya:
 - a. Biografi yakni narasi mengenai pengalaman orang lain.
 - b. Auto-etnografi ataupun autobiografi yakni pengalaman yang ditulis sendiri dari subjek penelitian.
 - c. Sejarah kehidupan yakni rekaman sejarah utuh mengenai kehidupan seseorang.
 - d. Sejarah tutur yakni sejarah kehidupan yang didapatkan berdasarkan hasil ingatan peneliti.

Prosedur yang digunakan biasanya ialah *restoring*, yakni menceritakan kembali cerita mengenai pengalaman individu ataupun *progresif-regresif*, yang mana peneliti mengawalinya dengan suatu peristiwa penting pada kehidupan sang partisipan. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan wawancara mendalam serta observasi. Analisisnya mengarah kepada *kronologi*/ peristiwa yang menekankan pada titik-balik ataupun *epiphanyes* pada kehidupan partisipannya.

2. Studi fenomenologi, yakni studi yang berusaha menemukan esensi arti dari suatu fenomena yang dialami oleh beberapa individu. Agar riset fenomenologis bisa diterapkan, peneliti dapat melakukan pemilihan antara *fenomenologi hermeneutik* yakni yang fokusnya pada penafsiran teks-teks kehidupan serta pengalaman hidup ataupun *fenomenologi transendental* di mana peneliti berusaha meneliti suatu fenomena dengan mengesampingkan prasangka mengenai fenomena tersebut. Prosedurnya yang terkenal ialah *epoche* (pengurungan), yakni suatu proses di mana peneliti harus mengesampingkan semua pengalaman sebelumnya untuk memahami semaksimal mungkin pengalaman dari para partisipan. Analisisnya mengarah pada *horizontalisasi*, di

⁵John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. Second edition* (Nabraska University Of Nebraska, Sage Publication, 2003), h. 13-15.

mana peneliti berusaha meneliti data dengan melihat pernyataan penting dari partisipan untuk menyediakan pemahaman dasar mengenai fenomena tersebut.

3. Studi *grounded theory*, yakni studi yang menekankan usaha peneliti untuk melakukan analisis abstrak terhadap suatu fenomena. Harapannya agar analisis ini bisa melahirkan teori tertentu yang bisa memberikan penjelasan atas fenomena tersebut dengan cara spesifik. *Grounded theory* dapat dilakukan dengan mengarah kepada pendekatan *prosedur sistematis* yang memakai kausalitas, konsekuensi, *coding* selektif, dan sebagainya dari fenomena yang diteliti ataupun *prosedur konstruktivis* yang menggunakan pengumpulan data secara *memoing* terhadap keyakinan, pandangan, nilai, ataupun ideologi dari para partisipan. Umumnya prosedur *grounded theory* mengarah kepada *coding terbuka* atas kategori data, selanjutnya *coding aksial* yang mana data tersusun pada suatu diagram logika, dan terakhir melakukan identifikasi *konsekuensi* dari proses *coding* tersebut, supaya dapat sepenuhnya melakukan pengembangan suatu model teoritis tertentu.
4. Studi etnografis, yakni studi berupaya meneliti suatu kelompok kebudayaan tertentu yang didasarkan kepada penglihatan serta kehadiran peneliti di lapangan dengan kurun waktu yang lama. Umumnya, terdapat dua tipe etnografi yakni *etnografi realis* di mana peneliti mempunyai peran sebagai pengamat objektif, merekam fakta serta tidak berpihak kepada siapapun dan *etnografi kritis* di mana studinya mengarah pada sistem kultural dari kekuasaan, hak istimewa, dan otoritas dalam masyarakat untuk menyuarakan aspirasi kaum marjinal dari berbagai kelas, ras maupun gender. Prosedurnya sering kali berdasarkan kepada pendekatan *holistik* untuk memotret kelompok kebudayaan tertentu yang analisisnya memanfaatkan data *emik* (pandangan partisipan) dan data *etis* (pandangan peneliti) untuk tujuan praktis atau advokatoris demi kepentingan kelompok kebudayaan itu sendiri.
5. Studi Kasus, yakni salah satu jenis pendekatan kualitatif yang menganalisis sebuah kasus tertentu dalam konteks ataupun *setting* kehidupan nyata kontemporer. Peneliti studi kasus bisa melakukan pemilihan tipe penelitiannya

berdasarkan tujuan, yakni studi kasus instrumental tunggal yang fokusnya kepada satu isu ataupun persoalan tertentu, studi kasus kolektif yang memanfaatkan beragam kasus untuk mengilustrasikan suatu masalah penting dari berbagai perspektif, studi kasus intrinsik yang fokusnya adalah pada kasus itu sendiri, karena dianggap unik atau tidak biasa. Prosedur utamanya menggunakan *sampling purposeful* (untuk memilih kasus yang dianggap penting), yang kemudian dilanjutkan dengan *analisis holistik* atas kasus tersebut melalui deskripsi detail atas pola-pola, konteks dan *setting* di mana kasus itu terjadi.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini yakni *sequential exploratory* yang dapat diartikan sebagai pengumpulan maupun penganalisisan data kualitatif. Penelitian ini lebih menekankan kepada metode kualitatif. Menurut McMillan, Creswell pada tahap pertama akan diisi dengan mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif. Data kualitatif ini diperoleh dengan cara melihat hasil wawancara dengan informan secara mendalam. Penggunaan metode ini dilakukan agar mendapatkan gambaran tentang kinerja *stakeholder* yang tergabung ke dalam *Quadruple Helix*. Selanjutnya, metode ini dilakukan supaya mengetahui faktor-faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat yang dihadapi *stakeholder Quadruple Helix* untuk melakukan pengembangan pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara.

C. Subjek Penelitian

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, subjek penelitian yaitu tempat, orang ataupun benda yang dilihat dalam rangka pembubutan sebagai sasaran. Subjek penelitian pada penelitian ini ialah para *stakeholder* yang mengelola pisang sale yang masuk ke dalam *Quadruple Helix* (Empat Hilix): Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah.

D. Objek Penelitian

Adapun arti dari obyek penelitian ialah suatu hal yang dijadikan penelitian. Menurut Supranto objek penelitian didefinisikan sebagai himpunan elemen yang bisa berupa orang, organisasi ataupun barang yang akan diteliti. Sedangkan Anto Dayan mengargumentasikan objek penelitian sebagai pokok yang hendak diteliti dalam memperoleh data agar lebih terarah. Adapun objek penelitian pada penelitian ini yakni bagaimana mengembangkan usaha pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara dengan memakai model *Quadruple Helix*.⁶

E. Informan Penelitian

Pada penelitian ini populasinya ialah empat *stakeholder* pengelola pisang sale yang disebut dengan *Quadruple Helix*. *Quadruple Helix* terdiri dari akademisi, pemerintah, bisnis, komunitas. Peneliti mengambil sampel dan informan dengan memakai *purposive sampling* dari keempat *stakeholder* tersebut. Agar peneliti mudah untuk melakukan pengambilan sampel dan informan penelitian maka peneliti memiliki gambaran sampel dan informan antara lain:

1. *Akademisi*, akademisi pada model *Quadruple Helix* mempunyai peran sebagai konseptor, seperti melakukan standarisasi proses bisnis dan keterampilan sumber daya manusia. Akademisi dalam hal ini adalah sumber pengetahuan berdasarkan konsep, teori-teori yang terbaru serta relevan dengan pengembangan usaha pengelola pisang sale. Tujuannya agar memperoleh kompositif yang unggul dan berkelanjutan dengan *stakeholder* lainnya untuk melakukan pengembangan usaha pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara.
2. *Bisnis*, pada model *Quadruple Helix* mempunyai peran sebagai enabler bisnis, yakni entitas yang melakukan proses bisnis untuk membuat nilai tambah serta mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, bisnis mempunyai peran sebagai enabler menghadirkan infrastruktur TIK. Perubahan ke era digital saat ini bisa memberikan bantuan dalam pengembangan usaha

⁶Prasetya Irawan. Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial (Jakarta: DIA FISIP UI, 2006). h.101.

bagi pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara agar bisa lebih efektif, efisien dan produktif kedepannya. Dalam pengembangan usaha pengelola pisang sale yang berperan sebagai bisnis ialah pemilik bisnis pengelola pisang sale itu sendiri. Pemilik bisnis di bidang pengelola pisang sale ini berperan sebagai penentu strategi untuk menggambarkan bisnis. Model *Quadruple Helix* bisa membuat para pembisnis ataupun pengusaha/ pengelola pisang sale tergerak untuk meningkatkan kreativitas, idenya serta keterampilan dengan cara melakukan kolaborasi yang tercipta dengan berbagai *stakeholder*.

3. *Komunitas*, pada model *Quadruple Helix* mempunyai peran sebagai akselator. Komunitas didefinisikan sebagai orang-orang yang mempunyai minat yang sama serta sejalan dengan bisnis yang sedang mengalami perkembangan. Perannya juga sebagai perantara ataupun penghubung antara pihak yang berkepentingan supaya dapat memberikan bantuan kepada *stakeholder* pengelola pisang sale yang lainnya pada keseluruhan prosesnya dengan memperlancar adopsi proses bisnis ke era digital saat ini.
4. *Pemerintah*, pada model *Quadruple Helix* mempunyai peran sebagai regulator/ alat pengatur. Perannya sebagai kontroler yang mempunyai aturan serta tanggung jawab untuk melakukan pengembangan usaha. Hal ini mengikutsertakan seluruh jenis aktivitas misalnya perencanaan, pemantauan, pengendalian, pelaksanaan, alokasi keuangan, promosi, perizinan, program, undang-undang, pengetahuan maupun pengembangan, kebijakan inovasi publik, mendukung jaringan inovasi maupun kemitraan publik pengelola pisang sale. Peran pemerintah yang penting ialah melakukan koordinasi kepada para pemegang kepentingan yang kontribusinya terlihat pada pengembangan pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara.

Pada penelitian ini, Informannya berupa sampel yang pengambilannya berdasarkan pada kriteria serta tujuan pada penelitian kualitatif yang disebut sebagai *Criteria Based or Purposive Sampling*. Artinya, pengambilan sampel dilakukan dari pihak yang mempunyai kaitan langsung dalam usaha pengelola usaha pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara serta dianggap paling

tahu tentang masalah yang sedang berkembang pada penelitian ini sampel yang dianggap sesuai ialah unsur *Quadruple Helix*, yakni Pemerintah, Akademisi, Bisnis, dan Komunitas.⁷

F. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kutacane Kab. Aceh Tenggara untuk akademisi akan dilakukan di STAISES Kutacane, Para pelaku UMKM pengelola pisang sale di kota Kutacane Desa Tanoh Alas Kec. Babul Makmur, Kab. Aceh Tenggara, selanjutnya di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kutacane Jl. Ahmad Yani, Dinas Perdagangan, Dinas Perindustrian. Penelitian ini di mulai pada Juli 2020 s.d selesai.

G. Sumber Data

Pada penelitian ini data terbagi jadi data primer serta data sekunder. Data primer yaitu data yang didapatkan dari sumber pertama baik dari individu misalnya dari hasil dari wawancara peneliti, pemeberian angket serta observasi langsung. Gunanya agar terlihat peta pengembangan usaha pengelola pisang sale, memahami potensi serta persoalan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha pengelola pisang sale. Wawancara yang dipakai ialah wawancara secara mendalam (*depth interview*) yang sifat pertanyaannya terstruktur agar objek penelitian dapat dipahami. Pihak yang diwawancarai terutama empat *stakeholder* pengelola pisang sale yakni:

1. Akademisi: Dosen STAISES Kutacane, SMKN 1 Kutacane.
2. Pemerintah: Kantor Dinas UKM dan Koperasi, Kantor Dinas Perdagangan dan Industri.
3. Bisnis: Pengelola Pisang Sale
4. Komunitas: Cane Berhijrah

⁷J, Ritchie dkk, *Designing and Selecting Samples*, in J Ritchie dan J Lewis (eds) *Qualitative Research Practice: a Guide for Social Scince Student and Researchers* (London: Sage Publication), h. 79.

Selain 4 stakeholder di atas, wawancara juga akan dilakukan dengan masyarakat dan pengelola pisang sale yang ada di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara. Kemudian, data sekunder dapat diartikan sebagai data yang pengumpulannya didapatkan berdasarkan sumber-sumber sebelumnya, baik berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maupun publikasi ilmiah. Contohnya jumlah pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara.

H. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai ialah dengan mengamati di perusahaan ataupun instansi pemerintah yang menjadi objek penelitian secara langsung. Adapun metode pengumpulan datanya yakni:

1. Wawancara

Defenisi dari wawancara yakni suatu cara yang dilakukan untuk memperoleh data ataupun informasi melalui tanya jawab secara langsung kepada pihak tahu mengenai objek penelitian. Wawancara dilakukan kepada pihak ataupun pegawai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kutacane yang terdata di Dinas Koperasi dan UMKM Kutacane. Tujuan dari wawancara ini ialah untuk melakukan pencarian data maupun informasi yang dipakai sesuai dengan judul penelitian ini.

Tabel 3.1
Biodata Responden *Quadruple Helix*

No	Nama Responden	Relevansi terhadap Posisi	Jabatan
1.	Shofia (Akademisi)	<ul style="list-style-type: none"> - Pembuat inovasi dan ide-ide terbaru untuk pengelola pisang sale - Memberikan sosialisasi dan bentuk binaan kepada pengelola pisang sale. - Ikut andil dalam menemukan konsep untuk 	Dosen STAISES Kutacane Kab. Aceh Tenggara.

		pengembangan pisang sale.	
2.	Mira (Pemerintah)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat peraturan dan tanggung jawab intuk pengembangan usaha pisang sale. - Berkontribusi untuk pengembangan pisang sale. 	Kabid Pengembangan Produk Daerah. Dinas Koperasi dan UKM Kutacane, Kab. Aceh Tenggara.
	Satumin (Pemerintah)	<ul style="list-style-type: none"> - Belum ada kerjasama dengan pengelola pisang sale. 	Karyawan Dinas Industri dan Perdagangan Kutacane, Kab. Aceh Tenggara.
3.	Ila (Bisnis)	Memproduksi pisang sale.	Pengelola pisang sale Kutacane, Kab. Aceh Tenggara.
4.	Cane Berhijrah (Komunitas)	Penghubung antar kepentingan untuk pengembangan usaha pisang sale Kutacane, Kab. Aceh Tenggara.	Komunitas Kutacane, Kab. Aceh Tenggara.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mencatat kejadian-kejadian secara sistematis, objek-objek, perilaku, yang terlihat serta hal lainnya yang dibutuhkan. Awalnya, peneliti melakukan pengumpulan data ataupun informasi sebanyak-banyaknya. Kemudian, peneliti wajib melakukan observasi yang fokus yakni melakukan penyempitan data ataupun informasi yang dibutuhkan supaya peneliti bisa memperoleh pola-pola perilaku serta hubungan yang sering terjadi.⁸ Metode ini dilakukan juga melalui pengamatan secara langsung terhadap objek yang terpenting. Hal ini dikarenakan peneliti bisa membuat gambaran kondisi yang

⁸Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 224.

terjadi pada tempat tersebut.

3. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah suatu metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang dipakai pada metodologi penelitian sosial. Metode ini dipakai untuk melakukan pencarian dokumen-dokumen pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara.

I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipakai saat observasi yakni lembar wawancara (*interview*), brosur, dokumen tertulis, literasi penunjang, serta laporan-laporan lainnya. Adapun instrumen yang penting pada penelitian ini ialah peneliti sendiri yang mendapatkan bantuan maupun dukungan dari instrumen lain. Pada metode kualitatif ini, peneliti memakai instrumen lembar wawancara serta observasi.

1. Lembar wawancara dipakai untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini adalah mendapatkan sebuah gambaran tentang persepsi empat *stakeholder* yang termasuk ke dalam *Quadruple Helix* mengenai pengembangan usaha pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara.
2. Lembar Observasi dipakai untuk melihat apakah *Quadruple Helix* telah melakukan sesuatu yang sudah signifikan dalam pengembangan usaha pengelola pisang sale di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara.

J. Teknik Analisis Data

Pendapat Janice McDrury dalam J Meleong, adapun tahapan analisis data kuantitatif ialah:

1. Belajar atau membaca data, memadai kata-kata kunci serta gagasan yang terdapat pada data.
2. Belajar kata-kata kunci itu, berusaha mendapatkan tema-tema yang diperoleh dari data.
3. Menemukan model yang telah diperoleh.
4. Koding yang sudah dilaksanakan.

Sedangkan proses analisis data kualitatif menurut Seiddel dalam J Moleong, ialah:

1. Melakukan pencatatan yang menghasilkan catatan lapangan, kemudian diberikanlah kode supaya sumber data tetap bisa dicari.
2. Melakukan pengumpulan, pemilahan, pengklasifikasian, pensintesisan, membuat ikhtisar serta indeks.
3. Memikirkannya, dengan cara membuat kategori data itu memiliki arti, melakukan pencarian serta penemuan pola maupun hubungan-hubungan dan membuat temuan-temuan umum.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, penulis akan mengemukakan proses, memberikan penjelasan mengenai komponen-komponen yang harus ada pada satu analisa data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan kualitatif serta kuantitatif. Miles dan Huberman mengargumentasikan data kualitatif didapatkan dari data *display*, data *reduction*, dan *conclusion drawing/ verification*. Defenisi dari reduksi data yakni proses untuk memilih, memutuskan perhatian kepada penyederhanaan, membuat abstrak dan transformasi data kasar didapatkan melalui catatan tertulis di lapangan. Proses ini terus berlangsung selama penelitian, bahkan ketika data belum benar-benar dikumpulkan sebagaimana yang dapat dilihat dari kerangka penelitian, persoalan studi dserta pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. Data direduksi melalui seleksi ketat atas data, ringkasan ataupun uraian data singkat serta penggolongan pada pola yang lebih luas.⁹

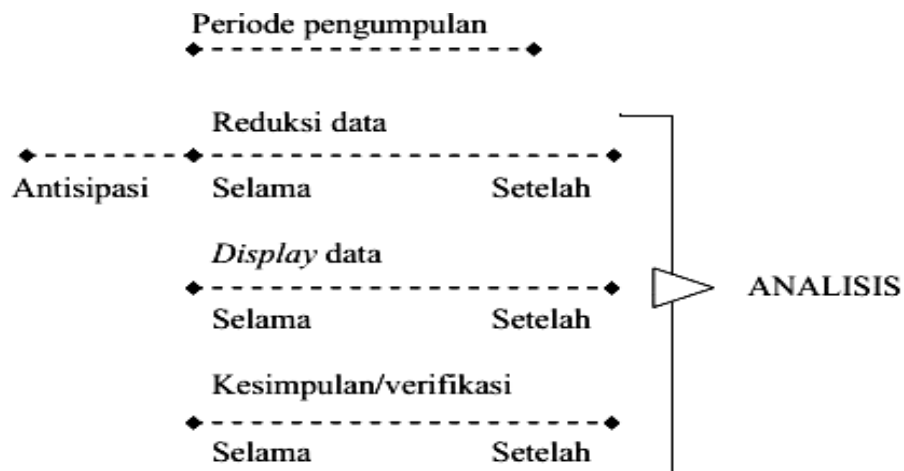
Miles dan Huberman dalam Sugiyono berpendapat kalau analisis data pada penelitian kualitatif dilaksanakan ketika pengumpulan data berlangsung, Sewaktu wawancara, peneliti telah melakukan analisis terhadap jawaban/ hasil dari wawancara. Ketika jawaban/ hasil wawancara yang telah dianalisis masih belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkannya lagi hingga tahap tertentu supaya didapatkanlah data yang dianggap kredibel. Selanjutnya, kegiatan dalam

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian*, h. 334.

menganalisis data kualitatif dilaksanakan secara interaktif serta berlangsung terus-terusan hingga tuntas agar datanya jenuh. Adapun tahapan pada analisis data yang dilakukan selama proses wawancara ialah:

- a. *Data reduction* (reduksi data). Peneliti membuat rangkuman, menunjuk hal yang pokok, memusatkan pada hal-hal yang penting, melakukan pencarian tema serta pola dan menghapus yang tidak dibutuhkan, agar datanya bisa memberikan gambaran yang lebih jelas, serta memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya.
- b. *Data Display* (penyajian data). Setelah datanya direduksi, peneliti melakukan penyajian data berbentuk uraian singkat ataupun dengan teks yang sifatnya naratif.
- c. Kesimpulan. Peneliti memberikan kesimpulan yang didukung oleh bukti-bukti yang valid serta konsisten supaya didapatkan kesimpulan yang kredibel.

Gambar 3.1
Komponen Dalam Analisis Data (*Flow Model*)



Gambar di atas menunjukkan bahwa setelah peneliti mengumpulkan data, peneliti mengantisipatorinya sebelum mereduksi datanya. Kemudian, dapat disimpulkan juga kalau tahapan-tahapan analisis data antara yang satu dengan yang lain saling berkaitan satu sama lain. Tahapan-tahapan itu tidak bisa dipisahkan ataupun dikerjakan secara tidak terurut. Supaya bisa mendapatkan hasil data yang baik maka peneliti ketika menganalisis datanya harus sesuai dengan tahapan-tahapan yang sudah dijelaskan.

Analisis data kualitatif ini dilakukan agar rumusan masalah bisa terjawab yaitu tentang bagaimana persepsi keempat *stakeholder Quadruple Helix* pisang sale, apa peran dan usaha yang sudah dilakukan oleh *stakeholder Quadruple Helix* terhadap pengembangan usaha pisang sale di Kutacane, Kab. Aceh Tenggara, apa saja faktor-faktor pendukung serta penghambat dalam pengembangan usaha pisang sale di Kutacane, Kab. Aceh Tenggara, dan bagaimana perkembangan usaha pisang sale di Kutacane, Kab. Aceh Tenggara.

K. Keabsahan Data

Pada dasarnya keabsahan data diperiksa untuk melakukan penyanggahan balik yang ditunjukkan kepada penelitian kualitatif bahwa penelitian ini tidak ilmiah dan sebagai unsur yang tidak bisa dipisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Selain itu, untuk melakukan pembuktian apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk melakukan pengujian data yang didapatkan. Uji keabsahan data meliputi uji *credibility, transferability, dependability, serta confirmability*. Supaya data pada penelitian ini bisa dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah, maka diperlukanlah uji keabsahan data. Uji keabsahan data yang bisa dilakukan ialah:

1. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dilakukan agar kredibilitas/kepercayaan data bisa ditingkatkan. Dengan ini artinya peneliti ke lapangan kembali, melakukan pengamatan, mewawancarai kembali sumber data yang dijumpai maupun data yang lebih baru. Perpanjangan pengamatan memiliki arti hubungan antara peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin terbuka, semakin akrab, saling percaya, supaya informasi yang diperoleh makin banyak serta lengkap. Perpanjangan ini dilakukan untuk menguji kredibilitas data penelitian yang fokusnya pada pengujian terhadap data yang telah didapatkan. Data yang didapatkan setelah dicetak kembali ke lapangan benar ataupun tidak, terdapat perubahan ataupun masih sama. Setelah dilakukan pengecekan kembali ke lapangan data tersebut sudah bisa dipertanggungjawabkan. Jika benar berarti kredibel, maka perpanjangannya harus diakhiri.

2. Meningkatkan Kecermatan dalam Penelitian

Meningkatkan kecermatan ataupun tekun secara berkelanjutan agar kepastian data serta urutan kronologis peristiwa bisa dicatat ataupun direkam dengan baik dan sistematis. Peningkatan kecermatan ini ialah salah satu metode untuk mengontrol ataupun melakukan pengecekan terhadap kerjaan apakah data yang dikumpulkan, dibuat serta disajikan sudah benar atau belum. Untuk meningkatkan ketekunan peneliti bisa dilakukan melalui membaca berbagai buku mencari referensi, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen-dokumen yang berhubungan dengan melakukan perbandingan hasil penelitian yang sudah didapatkan. Dengan begitu, peneliti akan makin cermat untuk membuat laporan yang pada akhirnya laporan tersebut semakin mempunyai kualitas.

3. Triangulasi

Menurut Wiliam Wiersma triangulasi pada pengujian kredibilitas dimaknai sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagi waktu. Terdapat beberapa triangulasi yakni:

- a. Triangulasi sumber, yaitu untuk menguji kreabilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*).
- b. Triangulasi teknik, yaitu menguji kreabilitas data yang dilakukan melalui pengecekan data terhadap sumber yang sama dengan teknik yang beda. Contohnya untuk melakukan pengecekan data bisa dengan cara wawancara, observasi, serta dokumentasi. Jika dengan teknik pengujian kredibilitas data itu hasilnya mengalami perbedaan, maka peneliti bisa berdiskusi lebih lanjut kepada sumber data yang berkaitan untuk mematikan data mana yang dianggap benar.
- c. Triangulasi waktu, yaitu pengumpulan data melalui teknik wawancara di pagi hari ketika narasumbernya masih segar bisa membuat data yang diperoleh lebih valid sehingga lebih kredibel. Kemudian, bisa dilakukan melalui pengecekan dengan wawancara, observasi ataupun teknik lainnya pada waktu ataupun kondisi yang beda. Ketika pengujiannya menghasikan data yang beda,

maka dilakukanlah secara berulang-ulang hingga sampai diperoleh kepastian datanya. Pada hal ini penulis akan memakai triangulasi sumber aja.

L. Daftar Wawancara

Berdasarkan data dari penelitian serta informasi yang didiskusika dengan para responden, kemudian didapatkan beberapa poin penting untuk pengembangan usaha pisang sale:

1. Apa yang diketahui *stakeholder Quadruple Helix* tentang usaha pengelola pisang sale?
2. Apakah *stakeholder Quadruple Helix* setuju dengan usaha pisang sale?
3. *stakeholder Quadruple Helix* jelaskan faktor pendukung pengembangan usaha pisang sale?
4. Apakah *stakeholder Quadruple Helix* sudah berperan dalam pengembangan usaha pisang sale?
5. Usaha apa saja yang sudah dilakukan *stakeholder Quadruple Helix* dalam pengembangan usaha pisang sale?
6. Bagaimana kerjasama antar *stakeholder Quadruple Helix* untuk usaha pengelola pisang sale?
7. Apakah *stakeholder Quadruple Helix* sudah menjalankan fungsinya dengan baik?

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Temuan Umum Penelitian

1. Gambaran Umum Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara

Ibu kota Kutacane adalah Kabupaten Aceh Tenggara, Provinsi Aceh, Indonesia. Kutacane ialah pintu masuk ke Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL) dari wilayah Aceh, bisa ditempuh lebih kurang 6 sampai 8 jam lewat darat melalui Kabupaten Karo dari Medan, Sumatra Utara. Sejarahnya, pemerintahan Kabupaten Aceh Tenggara, berawal dari ditetapkannya pemerintahan di semua Aceh di tahun 1946 melalui pengelompokan daerah-daerah yang ada di pertengahan Aceh, yakni Gayo Lues, Takengon, serta Tanah Alas.

Antara Kutacane ke Takengon berjarak sangat jauh dengan waktu tempuhnya sekitar 250 km dengan kurun waktu 5 sampai 8 hari melalui jalan kaki ataupun jika ingin memakai kendaraan harus dari Medan, Aceh Timur, dan Aceh Utara dengan jarak tempuh sekitar 850 km. Hal inilah yang menjadi penyebab pelaksanaan pemerintahan tidak berjalan efektif. Pada tanggal 21 September 1953 terjadi suatu peristiwa yakni meletusnya Peristiwa Aceh (Daud Bereueh). Dikarenakan peristiwa ini, beberapa tokoh yang asalnya dari Sumatera Utara mencoba memasukkan daerah Tanah Alas ke dalam wilayah Sumatera Utara.

Akan tetapi, usaha yang dilakukan ini tidak memperoleh dukungan dari rakyat di Tanah Alas. Pada tahun 1956 Pemerintah Pusat sadar kalau salah satu yang menyebabkan Peristiwa Aceh meletus yakni terjadinya peleburan Provinsi Aceh ke dalam Provinsi Sumatera Utara serta mengambil keputusan untuk membalikkan status provinsi kepada Aceh.

Oleh karena itu pemimpin di Tanah Alas serta Gayo Lues terdorong untuk melakukan pembentukan kabupaten sendiri, terlepas dari Kabupaten Aceh Tengah. Setelah itu, Mayor Syahadat berhasil meyakinkan Pangkowi Han I Letjend dengan perjuangannya. Pada tanggal 14 Nopember 1967, Koesno Oetomo

secara *de facto* memberikan pengesahan Daerah Tanah Alas dan Gayo Luas jadi Kabupaten Aceh Tenggara. Setelah melakukan perjuangan selama 17 tahun sejak tahun 1956, Pada tahun 1974 pemerintah akhirnya memberlakukan UU No. 4 tahun 1974 mengenai Pembentukan Kabupaten Aceh Tenggara yang diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri H. Amir Machmud pada tanggal 26 Juni 1974 dalam suatu acara yang khidmat di Kutacane. Selanjutnya, Gubernur Daerah Istimewa Aceh A. Muzakkir Walad di hari itu juga melakukan pelantikan Mayor Syahadat sebagai Pejabat Bupati Kabupaten Aceh Tenggara. Pada tanggal 24 Juli 1975 Mayor Syahadat diangkat sebagai Bupati Aceh Tenggara yang pertama. H. Syahadat menjabat pada tahun 1975 sampai 1981.

Setelah habis masa jabatan H. Syahadat, T. Djohan Syahbudin, SH, menjadi bupati pada tahun 1981 sampai 1986), selanjutnya Drs. H. T. Iskandar, pada tahun 1986 sampai 1991, Drs. H. Syahbuddin BP pada tahun 1991 sampai 2001, H. Armen Desky pada tahun 2001 sampai 2006), Ir. Hasanuddin B dan Drs.H.Raidin Pinim pada tahun 2017 sampai sekarang.. Pada tanggal 10 April 2002, berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2002 kabupaten ini disahkan jadi Kabupaten Aceh Tenggara dan Kabupaten Gayo Lues. Pada tahun 1974 sampai 2013, Kabupaten Aceh Tenggara terdiri dalam 16 kecamatan serta 385 desa. Sebanyak 282 desa letaknya di lembah serta 103 desa letaknya di kawasan lereng Taman Nasional Gunung Leuser dan Bukit Barisan. Kecamatan yang berada di Aceh Tenggara ada 16 yakni Lawe Sigala-Gala, Lawe Alas, Babul Makmur, Babussalam, Babel, Badar, Darul Hasanah, Lawe Bulan, Bukit Tusam, Semadam, dan Babul Rahmah, Tanoh Alas, Deleng Pokhkisen, Leuser, Ketambe, Babul Makmur serta Lawe Sumur.

Lembah Alas adalah sebutan lain dari Kabupaten Aceh Tenggara yang sangat kaya akan objek-objek wisatanya. Pariwisata di Aceh Tenggara dikembangkan melalui pemanfaatan sektor pariwisata dalam melakukan peningkatan pendapatan asli daerah dengan penekanan pada pariwisata alam (*natural tourism*). Tujuannya yakni melakukan peningkatan arus kunjungan

wisatawan mancanegara serta wisatawan domestik pada setiap tahunnya.¹ Kabupaten Aceh Tenggara mempunyai kecamatan sebanyak 16 Kecamatan.²

Gambar 4.1
Peta Provinsi Aceh



2. Keadaan Geografi

Secara geografis, Kabupaten Aceh Tenggara letaknya antara 3055'23"-4016'37" LU serta 96043'23'-98010'32" BT. Di sebelah Timur berbatasan dengan Provinsi Sumatera Utara dan Kabupaten Aceh Timur, di sebelah Utara dengan Kabupaten Gayo Lues, di sebelah Selatan dengan Kabupaten Aceh Selatan, Kabupaten Aceh Singkil dan Provinsi Sumatera Utara, dan di sebelah Barat dengan Kabupaten Aceh Selatan.

Wilayah Kabupaten Aceh Tenggara (Agara) letaknya pada ketinggian 25 sampai 1000 meter di atas permukaan laut, yang merupakan daerah perbukitan serta pegunungan. Sebagian kawasan ialah daerah suaka alam Taman Nasional

¹<http://acehtenggarakab.go.id/halaman/peta-dan-topografi>, diakses tanggal 28/01/2021.

²https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/1104/api_pub/38/da_01/1, diakses tanggal 28/01/2021.

Gunung Leuser. Suhu udaranya berkisar antara 25⁰ C sampai 32⁰ C, dengan luas wilayahnya 4.231.43 km². Kabupaten Aceh Tenggara ialah bagian dari Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Setelah terjadinya pengesahan wilayah dengan lahirnya Kabupaten Gayo Lues pada tanggal 10 April 2002, berdasarkan UU No.4/2002, wilayah Kabupaten Aceh Tenggara jadi 4.231,41 km² dengan sebagian besar wilayah ada pada Lembah Alas.³

3. Iklim Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara

Kab. Aceh Tenggara memiliki 16 Kecamatan dengan iklimnya sebagai berikut:⁴

Tabel 4.1
Iklim Kab. Aceh Tenggara

No.	Kecamatan	Ibu Kota	Luas Wilayah (km ²)	Presentase terhadap Luas Wilayah	Tinggi Wilayah	Jarak Ibu Kota (km)
1.	Lawe Alas	Ngekran	1023,10	24,21	-	13,60
2.	Babul Rahmah	Lawe Sumur	850,28	20,04	-	23,00
3.	Tanoh Alas	Tenembak	38,70	0,91	-	22,00
4.	Lawe Sigalagala	Lawe Sigalagala	72,39	1,71	-	23,00
5.	Babul Makmur	Cinta Makmur	83,49	1,97	-	30,00

³https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Aceh_Tenggara#Geografi, Diakses tanggal 28/01/2021.

⁴https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/1104/api_pub/38/da_01/1, Diakses tanggal 02/02/2021

6.	Semadam	Simpang Semadam	42,98	1,01	-	17,00
7.	Leuser	Kane Mende	212,93	5,02	-	50,00
8.	Bambel	Kuta Lang-Lang	23,30	0,55	-	7,00
9.	Bukit Tusam	Lawe Dua	40,32	0,95	-	8,70
10.	Lawe Sumur	Lawe Perlak	36,88	0,87	-	7,00
11.	Babussalam	Kutacane	9,48	0,22	-	-
12.	Lawe Bulan	Simpang Empat	37,14	0,88	-	2,00
13.	Badar	Purwodadi	93,18	2,20	-	5,00
14.	Darul Hasanah	Mamas	1 346,72	31,75	-	11,00
15.	Ketambe	Lawe Beringin	255,07	6,01	-	19,00
16.	Deleng Pokhisen	Beringin Naru	72,08	1,70	-	10,00
	Aceh Tenggara	Kota Kutacane	4 242,04	100,00	-	-

Sumber: BPS Kutacane

4. Pemerintah dan Ibu Kota Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara

Secara administratif, Kab. Aceh Tenggara memiliki 16 Kecamatan. Berikut ini adalah daftar Kecamatan di Kab. Aceh Tenggara beserta Ibukota.

Tabel 4.2
Jumlah kecamatan di Kab. Aceh Tenggara, 2021

No.	Kecamatan	Ibu Kota	Jumlah Penduduk (Ribu)	Pertumbuhan Penduduk per Tahun	Persentase Penduduk	Kepadatan Penduduk per km persegi (km ²)	Rasio Jenis Kelamin Penduduk
1.	Lawe Alas	Ngekran	18,6	1,89	8,75	18	94,2
2.	Babul Rahmah	Lawe Sumur	9,0	1,90	4,24	11	90,2
3.	Tanoh Alas	Tenembak	5,0	1,89	2,33	128	95,7
4.	Lawe Sigala-Gala	Lawe Sigala-gala	19,9	1,89	9,38	275	101,7
5.	Babul Makmur	Cinta Makmur	15,1	1,89	7,09	180	90,1
6.	Semadam	Simpang Semadam	12,6	1,88	5,94	293	105,6
7.	Leuser	Kane Mende	7,6	1,89	3,56	35	93,7
8.	Bambel	Kuta Lang-Lang	17,1	1,89	8,03	732	100,8
9.	Bukit Tusam	Lawe Dua	9,1	1,89	4,27	225	104,3
10.	Lawe Sumur	Lawe Perlak	8,0	1,88	3,77	217	104,5
11.	Babussalam	Kutacane	29,3	1,89	13,78	3 087	97,9

12.	Lawe Bulan	Simpang Empat	13,8	1,88	6,48	370	105,7
13.	Badar	Purwodadi	15,4	1,89	7,26	166	100,1
14.	Darul Hasanah	Mamas	14,0	1,90	6,58	10	90,9
15.	Ketambe	Lawe Beringin	10,2	1,87	4,78	40	120,4
16.	Deleng Pokhisen	Beringin Naru	8,0	1,89	3,77	111	106,8
Aceh Tenggara		Kota Kutacane	212,4	1,89	100,00	50	99,4

5. Suku Bangsa

Kabupaten Aceh Tenggara lebih multikultural jika dibandingkan Aceh bagian tengah (Aceh Tengah, Bener Meriah dan Gayo Lues) yakni terdiri dari 3 suku yaitu suku Alas sebagai suku tempatan diikuti oleh suku-suku pendatang seperti suku Singkil, Karo, Aceh, Bata Toba, Jawa, Gayo, Minang kabau, Nias, Mandailing, dan suku Aneuk Jamee. Keunikan dari Kabupaten ini yakni memiliki masyarakat yang majemuk namun hampir tidak terdengar sama sekali kerusuhan yang melibatkan SARA (suku, agama dan ras).

Masyarakatnya dapat menjaga perdamaian hingga saat ini. Menurut buku (*Sanksi dan Denda Tindak Pidana Adat Alas*, Dr Thalib Akbar MSC) terdapat marga-marga etnis Alas yakni Deski, Selian, Bangko, Keling, Keruas, Kepale Dese, dan Pagan. kemudian hadir lagi marga Acih, Gale, Beruh, Kekaro, Mahe, Menalu, Munthe, Mencawan, Pase, Pinim, Pelis, Ramin, Ramud, Sambo, Sekedang, Sepayang, Sugihen, Sebayang dan marga Tarigan.

6. Bahasa

Bahasa yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari di Kutacane Kabupaten Aceh Tenggara adalah Bahasa Alas yang mempunyai beberapa dialek, berupa dialek Karo dan Gayo.

7. Agama

Islam merupakan agama mayoritas yang penganutnya sebanyak 80,65% penduduk Kabupaten Aceh Tenggara. Penduduk yang beragama Kristen 19,35%, Protestan 18,45%, Katolik 0,90% yang penganutnya merupakan masyarakat pendatang. Berbagai tempat ibadah didominasi oleh masjid dan musala, bisa dijumpai pada setiap kabupaten dan kota di Kutacane. Masjid terbesar dan tertua adalah Masjid Agung At-Taqwa di Kutacane. Arsitektur dibangun mengikuti gaya Turki berpadu dengan corak khas adat Alas Gayo. Sentuhan khas Alas Gayo sangat terasa dari ornamen hias di dinding luar bagian atas masjid dan juga pada ragam hias kaca patri jendela serta interiornya. Ragam kaligrafinya berwarna emas di tembok dinding bagian dalam serta beragam ornamen lain makin menambah pesona masjid yang diresmikan pada 8 April 2016 ini. Tidak hanya indah, masjid ini juga dirancang agar tahan terhadap gempa.

8. Perekonomian

Komoditi Sektor Perternakan di Kab. Aceh Tenggara yaitu Sapi , Kambing, Domba, Ayam Buras, Ayam Pedaging, Itik, Kuda. Komoditi sektor buah-buahan yang ada di Kab. Aceh Tenggara adalah, Avocad, rambutan durian, jambu biji, jeruk siam, mangga pepaya, pisang. Komoditi Sektor Perkebunan di Kab. Aceh Tenggara adalah coklat, kemiri, kelapa sawit, kelapa, nilam, kopi, pala.⁵

9. Kabupaten/ Kota yang Menjadi Objek Penelitian

Wilayah yang jadi objek penelitian ialah Kutacane, Kab. Aceh Tenggara, Desa Lembah Alas Kec. Babul Makmur, Lawe Dua dan Desa Pulolatong, Kec. Babussalam. Dihilnya beberapa desa di beberapa kota disebabkan daerah-daerah tersebut merupakan daerah yang mengelola pisang sale di Kutacane, Kab. Aceh

⁵https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Aceh_Tenggara#Ekonomi, Diakses pada tanggal 02/02/2021

Tenggara. Berikut merupakan uraian lokasi penelitian yang peneliti jadikan sebagai objek dalam penelitian.

Lokasi pertama penelitian ini adalah Kecamatan Babussalam. Kecamatan ini letaknya persis di ibu kota Kab. Aceh Tenggara yaitu Kota Kutacane etnis yang tinggal di kecamatan ini terdiri dari suku alas 80% dan Minangkabau 12% yang umumnya berasal dari daerah pesisir periaman telah berada di Kab. Aceh Tenggara pada umumnya dan Babussalam pada khususnya sejak sebelum kemerdekaan RI yang di proklamirkan oleh Ir. Soekarno tempat kediaman dari suku ini kini dikenal dengan desa Trandam, Ekonomi Kecamatan ini tergantung pada industri rumah tangga yang ada di desa Pulolatong dan Desa Trandam. Daftar Desa/ Kelurahan Batumbulan I, Batumbulan II, Batumbulan Asli, Batumbulan Baru, Kampung Melayu, Kampung Raja, Kota Kutacane, Kutacane Lama, Kutarih, Mbarung, Mendabe, Muara Lawe Bulan, Perapat Hilir, Perapat Hulu, Pulolatong, Pulongas, Pulopeding, Ujung Barat, Terutung Padi, Trandam.

Lokasi kedua penelitian ini adalah Kecamatan Babul Makmur. Sebuah kecamatan di Kab. Aceh Tenggara, Aceh Indonesia ini adalah kecamatan pemekaran dari Lawe Sigala-gala. Desa/ Kelurahan di Kecamatan Babul Makmur yakni Bintang Alga Musara, Bukit Bintang Indah, Bunbun Alas, Cinta Damai, Cinta Makmur, Gunung Pak-Pak, Desky Jaya, Kampung Bhakti, Kute Bakti, Kute Makmur, Lawe Deski Sabas, Lawe Deski I, Lawe Deski Tongah, Lawe Mantik, Lawe Tawakh, Lawe Perbunga, Muara Setia, Naga Timbul, Muara Situlen, Pardamean, Pardomuan I, Pardomuan II, Perdamaian, Pintu Alas, Sabilussalam, Sejahtera, Tanjung Sari, Sejahtera Baru, serta Tanoh Alas.

Lokasi ketiga penelitian ini adalah Kecamatan Semadam yaitu sebuah kecamatan di Aceh Tenggara, Aceh, Indonesia. Letak Kecamatannya sekitar 10 Km dari Kutacane, Ibu Kota Kab. Aceh Tenggara. Pada tanggal 19 Oktober 2005, sebuah banjir bandang besar menimpa daerah ini yang menewaskan sebanyak 12 orang. Sebelumnya, pada tahun 1980, pernah terjadi pula banjir bandang yang serupa yang menewaskan puluhan orang dan menyebabkan kerugian material yang sangat besar. Desa/ Kelurahan yaitu Kebun Sere, Kampung Baru, Lawe

Beringin Gayo, Lawe Kinga Gabungan, Lawe Beringin Horas, Lawe Kinga Tinggi, Ngk Alur Buluh, Pasar Puntung, Lawe Petanduk, Selamat Indah, Semadam Asal, Semadam Awal, Semadam Bawah, Sepakat Segenep, Simpang Semadam, Suka Makmur, serta Titi Pasir.

B. Hasil Penelitian

Penulis mewawancarai beberapa *stakeholder* yakni dari unsur *Quadruple Helix*. Adapun hasil dari wawancaranya ialah:

1. Akademisi

a. Persepsi

Hasil wawancara kepada Ibu Shofia, Dosen STAISES Kutacane:

Persepsi akademisi terkait dengan pisang sale yaitu pisang sale salah satu cemilan yang terbuat dari pisang yang sudah dikeringkan memiliki rasa yang manis dan juga renyah. Pihak akademisi sudah memahami tentang pisang sale, meskipun belum seluruhnya mengetahui tentang pisang sale.

b. Peran dan Usaha

Akademisi pada model *Quadruple Helix* berperan sebagai *konseptor*, yang membuat ide-ide serta inovasi-inovasi baru agar dilaksanakan oleh *stakeholder* lain. Contohnya membuat standar proses bisnis dan sertifikasi produk serta keterampilan sumber daya manusia. Akademisi di sini dapat diartikan sebagai sumber pengetahuan dengan teori-teori terbaru, konsep, serta sejalan dengan bisnis yang dikembangkan pelaku UMKM untuk memperoleh kelebihan kompetitif yang berkelanjutan. Sehingga akademisi berperan untuk membagikan informasi kepada pelaku UMKM.

Tugas akademisi selanjutnya adalah menganalisa konsep, program dan strategi pengembangan pisang sale. Tugas tersebut penting karena para akademisi ikut ambil bagian untuk menentukan bagaimana konsep pengelolaan pisang sale agar berkembang di Kab. Aceh Tenggara. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pihak akademisi yang mengambil bagian untuk merancang program dalam pengembangan pisang sale di Kab. Aceh Tenggara. Akademisi di sini ialah pihak universitas ataupun perguruan tinggi terutama yang ada pada daerah tersebut.

Selain itu, akademisi juga bertanggung jawab menjadi pengkaji arah pengembangan usaha pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara, melakukan pengkajian terhadap kebijakan yang perlu *stakeholder* lain dan melakukan pengkajian terhadap regulasi yang dirasa penting serta tepat dalam pengembangan usaha pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara. Perguruan tinggi perannya dilaksanakan melalui kursus serta pelatihan untuk pelaku usaha ataupun masyarakat, membuat peta potensi, mengidentifikasi masalah, merumuskan strategi maupun penyuluhan, sosialisasi serta membentuk kelompok yang akan dibina.⁶

Pada penelitian ini, penulis menemukan bahwa akademisi pada Kab. Aceh Tenggara telah mengetahui serta mendengar kalau di Kab. Aceh Tenggara masyarakatnya mengelola pisang sale. Dari pihak akademisi sudah ikut berperan dalam mengembangkan UMKM yang ada di Kab. Aceh Tenggara khususnya pengelola pisang sale.

Seperti yang diungkapkan salah satu akademisi dari STAISES Kutacane Ibu Shofia sebagai berikut:

Adanya kerjasama antara pihak STAISES dengan pengelola pisang sale, ada salah satu matakuliah kewirausahaan oleh karena itu pihak mahasiswa/i memasarkan produk pisang sale tersebut dilingkungan STAISES dan juga menjual kepada masyarakat. Untuk membantu pengelola pisang sale dalam memasarkan pisang sale tersebut. Dari mahasiswa juga mengupload produk pisang sale tersebut ke sosial media, karena mayoritas pengelola pisang sale khususnya di Aceh Tenggara ini tidak memasarkan produknya ke sosial media itu semua dikarenakan keterbatas IT oleh pengelola pisang sale tersebut.

Wawancara kedua yang dilakukan oleh peneliti kepada pihak SMKN1 Kutacane, peneliti mewawancarai karena siswa-siswi SMKN kutacane ada memasarkan produk pisang sale dilingkungan sekolahnya tersebut. Ada bazar dilingkungan sekolah, siswa/i tersebut juga memasarkan berbagai macam jenis pakaian, makanan, perlengkapan sekolah. Oleh karena itu salah satu makanan yang dipasarkan ataupun dijual oleh siswa-siswi tersebut yaitu pisang sale yang

⁶Murah Syahrial, Disertasi Model Helix dalam Pengembangan Parawisata Halal di Sumatera Barat, 2020. h. 178-179.

diproduksi oleh UMKM yang ada di Aceh Tenggara.

Pemahaman terhadap pengelola pisang sale diperlukan untuk *stakeholder* supaya implementasi pisang sale ini dapat dilakukan dengan baik serta tidak adanya perdebatan tentang pemahaman *stakeholder* masih memiliki perbedaan serta tidak sevisi, maka dipastikan implementasi pisang sale ini akan berjalan ditempat.

Selanjutnya mengenai peran serta usaha yang telah dilaksanakan oleh pihak akademisi pada Kab. Aceh Tenggara yaitu dengan dilibatkan untuk menyusun program pengembangan pisang sale di Kab. Aceh Tenggara. Mereka dipercaya untuk memberikan ide-ide untuk mengembangkan pisang sale yaitu melibatkan beberapa akademisi diberbagai kampus maupun sekolah untuk menjadi narsumber untuk mengedukasi maupun melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Hal ini sangat diperlukan supaya masyarakat dapat memahami pisang sale dengan cara komprehensif serta membawa pemahaman tentang pisang sale.

Peran yang dilaksanakan oleh pihak akademisi maupun perguruan tinggi ialah dengan banyaknya mahasiswa maupun siswa yang magang di tempat bisnis pembuatan pisang sale, seperti mahasiswa melakukan pengabdian masyarakat (KKN). Oleh karena itu, para mahasiswa ini diberikan pemahaman tentang pisang sale yang langsung dari pelaku bisniss pisang sale.

c. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Faktor pendukung dalam pengembangan pisang sale di Kab. Aceh Tenggara untuk akademisi maupun perguruan tinggi ialah hubungan yang baik antara perguruan tinggi dengan pemerintah sebagai pihak yang melaksanakan serta melakukan penentuan arah kebijakan pengembangan pisang sale, sehingga para akademisi terus diikutsertakan untuk mengambil keputusan mengenai pengembangan pisang sale. Selain itu, hubungan antara akademisi dengan *stakeholder* lainnya juga cukup terjaga, misalnya hubungan dengan pihak komunitas maupun yang lainnya.

Faktor penghambat dalam pelaksanaan pengembangan usaha pisang sale di Kab. Aceh Tenggara bagi akademisi adalah kurangnya komunikasi antar *stakeholder*, sehingga kesannya berjalan secara parsial. Selanjutnya dari kalangan akademisi mengatakan telah terjalin kerjasama antara pihak akademisi dengan pihak pemerintah, tetapi semuanya hanya di atas kertas, namun belum ada implementasi, sehingga apa yang telah diprogramkan akan berakhir hanya sebatas itu saja. Dari beberapa informan, pemerintah itu merupakan *leader* yang seharusnya mengarahkan serta melaksanakannya secara jelas kepada *stakeholder* lainnya, supaya hal ini diimplementasikan serta dapat dilakukan bersama-sama. Faktor penghambat yang lain adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pisang sale.

d. Sinergitas antar *Stakeholder*

Hasil wawancara kepada Ibu Mira:

Sudah adanya sinergitas antar *stakeholder* dalam mengembangkan usaha pisang sale, namun mempunyai keterbatasan waktu dan kesempatan untuk berdiskusi. Dari sini kedepannya kita upayakan untuk memberikan waktu dan kesempatan untuk berdiskusi tujuannya untuk pengembangan pisang sale di Kutacane Kab. Aceh Tenggara.

2. Pemerintah

a. Persepsi

Hasil wawancara kepada Ibu Mira di Dinas Koperasi dan UKM Kutacane Kab. Aceh Tenggara:

Adapun persepsi pemerintah, pisang sale merupakan salah satu makanan khas yang ada di Kutacane, terbuat dari bahan sederhana tetapi memiliki rasa yang enak dan renyah. Pisang sale ini merupakan salah satu makanan yang mudah untuk dikonsumsi oleh masyarakat sekitar Kutacane.

b. Peran dan Usaha

Pada model *Quadruple Helix*, pemerintah memiliki peran sebagai regulator sekaligus kontroler yang mempunyai peraturan serta bertanggungjawab untuk melakukan pengembangan usaha. Peran pemerintah yang lainnya yakni melakukan koordinasi kepada para pihak yang mempunyai kepentingan untuk berkontribusi terhadap pengembangan UMKM di Kutacane Kab. Aceh Tenggara. Dalam pengembangan UMKM Kutacane, Kab. Aceh Tenggara yang mempunyai

peran sebagai pemerintah ialah kementrian perindustrian, tenaga kerja, koperasi dan UKM serta dinas perdagangan.

Pemerintah memiliki peran sebagai regulator dan kontroler yang mempunyai peraturan serta bertanggungjawab untuk melakukan pengembangan usaha yang melibatkan semua jenis kegiatan. Adapun kegiatannya berupa perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, pemantauan, promosi, program, perizinan, alokasi keuangan, pengembangan dan pengetahuan, undang-undang, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi serta kemitraan pintar usaha pengelola pisang sale. Pemerintah juga berperan untuk melakukan koordinasi terhadap para pihak yang mempunyai kepentingan yang berkontribusi untuk pengembangan usaha pengelola pisang sale.

“Kami pemerintah memberikan kekuatan dalam hal regulasi, dan jika regulasi ini telah ada, maka dapat dijadikan pedoman/ rujukan untuk Kabupaten Aceh Tenggara dalam mengembangkan usaha pengelola pisang sale ini. Kami juga melakukan sertifikasi halal, akan tetapi respon masih sedikit karena di Kab. Aceh Tenggara ini menganggap sudah mayoritas Islam dan sudah pasti halal, benar sudah halal akan tetapi berdasarkan raperda ini nanti wajib punya sertifikasi.”. Ujar Bu Mira selaku Kabid Dinas Koperasi dan UKM Kab. Aceh Tenggara.

Pemerintah jadi tumpuan dalam seluruh kebijakan serta jadi *political power* dalam penentuan kebijakan itu. Model *Quadruple Helix* menetapkan pemerintah (*government*) sebagai gabungan dari ilmu pengetahuan melalui demokrasi. Jika peran pemerintah tidak ada, kecil kemungkinan suatu pembangunan masyarakat itu dapat dicapai. Akan tetapi pemerintah dijadikan *leader* untuk melahirkan pengembangan usaha pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara.

Jika ingin menjadikan pengelola pisang sale menjadi salah satu UMKM unggulan di Kab. Aceh Tenggara, maka program Dinas Koperasi dan UKM harus dimasukkan dalam Visi maupun Misi di Dinas Koperasi serta UKM Kab. Aceh Tenggara. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan ditemukanlah kalau *stakeholder* yang lainnya sangat mempunyai harapan yang besar terhadap Dinas Koperasi dan UKM untuk merealisasikan usaha pengelola pisang sale di Kab.

Aceh Tenggara.

Dalam penyelenggaraan usaha pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara, pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UKM telah memasukan materi untuk pelatihan kepada pelaku usaha pengelola pisang sale. Pemerintah di Kab. Aceh Tenggara, dimana peraturan harus selaras dengan kepentingan perkembangan UMKM. Penetapan regulasi harus bisa mengakomodir kebutuhan para pelaku UMKM. Fungsi Reguasinya sebagai payung hukum kebijakan untuk mengembangkan UMKM. Regulasi legal ini sesuai dengan kebijakan yang telah ditentukan serta ditetapkan pemerintah, supaya aktivitas ekonomi yang dikerjakan oleh pelaku UMKM bisa terlaksana dengan lancar dan dengan cara yang optimal demi keberlangsungan UMKM.

Pemerintah ikut berkontribusi dalam pengembangan UMKM dengan cara memberikan bantuan maupun memberikan kemudahan perizinan yang dibantu oleh staff secara langsung tanpa biaya melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. Selanjutnya, pemerintah juga mengajak beberapa pelaku UMKM untuk studi banding mengikuti pameran serta pelatihan desain dan produksi melalui Dinas Perdagangan, Dinas Ketenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UKM. Hasil wawancara penulis dengan Ibu Meri di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kab. Aceh Tenggara, beliau mengatakan:

“Dari Dinas Koperasi dan UKM memberikan utusan untuk melaksanakan pelatihan bagi pelaku UMKM Kab. Aceh Tenggara ke Banda Aceh salah satu katagori pelaku UMKM yang diutus ialah pengelola pisang sale, Biasanya sampai di Banda Aceh pelaku usaha pisang sale dijarkan melalui pelatihan bagaimana cara membungkus pisang sale yang rapi, bagaimana cara pembuatan pisang sale dengan renyah dan lain sebagainya”.

c. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Faktor pendukung pengembangan usaha pisang sale yaitu pihak kantor Dinas Koperasi dan UKM sudah berkerjasama dengan pengelola pisang sale, yaitu dengan cara mengutus pengelola pisang sale untuk berangkat ke Banda Aceh tujuannya untuk mengikuti pelatihan mengenai pisang sale. Bagaimana supaya membungkus pisang sale secara cepat, memasak pisang sale agar renyah dan lain sebagainya. “Ujar Bu Mira Dinas Koperasi dan UKM Kutacane, Kab. Aceh Tenggara”

Pengembangan pengelola pisang sale di daerah, maka pemerintah Provinsi NAD, DPRD Aceh Tenggara, Pemerintah Kabupaten/ Kota, Kementrian Agama NAD dan Manjelis Ulam Indonesia (MUI) Provinsi NAD. Pemerintah wajib melaksanakan perannya yakni *pertama*, melakukan perancangan, penataan serta melakukan penentuan arah kebijakan strategi dan regulasi usaha pengelola pisang sale. *Kedua*, penyediaan fasilitas tempat pemasaran pisang sale, *Ketiga* adalah penyedia dan pengembang yang mendukung alat-alat untuk mempermudah membuat pisang sale, *Keempat*, perencanaan dalam meningkatkan promosi terhadap pisang sale, *Kelima*, fasilitator investasi usaha pengelola pisang sale, *Keenam*, penegak hukum, aturan dan regulasi.

Hasil wawancara penulis kepada Bapak Satumin di kantor Dinas Perdagangan dan Industri mengatakan bahwa:

Akan tetapi khusus pada dinas Perdagangan dan Industri belum ada kerja sama dengan pengelola pisang sale yang ada di Aceh Tenggara ini. Oleh karena itu belum ada peran Dinas Perdagangan dan Industri terhadap pengelola pisang sale, maka tidak bisa dikabolirasikan terhadap *Quadruple Helix*. Dari Dinas Perdagangan dan Industri ini sejauh ini hanya saja ada kerjasama kepada petani Coklat, Padi, Jagung, kareh dan lain sebagainya. Oleh karena itu, ini sebagai motivasi bagi kami khususnya dari kantor Dinas Perdagangan dan Industri Aceh Tenggara bisa mendata dan juga mengayomi pengelola pisang sale yang ada di Aceh Tenggara ini agar lebih memajukan perekonomian yang ada di Aceh Tenggara ini melalui UMKM.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan pemegang hak fatwa selama belum diberlakukannya Undang-Undang no 33 Tahun 2014 mengenai jaminan produk halal, telah terlibat serta jadi bagian pemerintah walau pada hakikatnya ialah sebuah organisasi non pemerintah. Akan tetapi, pada *stakeholder Quadruple Helix*, MUI yang diwakilkan oleh LPPOM MUI dan termasuk unsur pemerintah, karena LPPOM MUI merupakan salah satu yang mempunyai tanggung jawab untuk mewujudkan serta menjamin produk halal pisang sale.

d. Sinergitas

Kedepannya diperlukan kerja sama antar kabupaten/ kota, antara provinsi ataupun nasional, diharuskan untuk bisa memetakan kelebihan serta sistem

perencanaan yang menyeluruh, mempunyai sinergi dan berkelanjutan. Hal ini dapat dilaksanakan apabila semua *stakeholder* sepemikiran dan mengikutsertakan seluruh pihak supaya muncul tanggung jawab serta komitmen bersama. Kurangnya komunikasi yang intens antara pelaku bisnis dan pemerintah, dan sebaliknya kurangnya komunikasi pihak pemerintah dan pelaku bisnis pisang sale.

3. Bisnis

a. Persepsi

Pisang sale, bahan bakunya terbuat dari pisang yang kemudian diiris-iris setelah itu dijemur agar tidak basah agar supaya tahan lama, dan itu adalah salah satu makanan favorit masyarakat Aceh Tenggara. Dengan memproduksi pisang sale, masyarakat tersebut dapat membantu perekonomian mereka.

b. Peran dan Usaha

Pada model *Quadruple Helix*, bisnis memiliki peran sebagai *enabler*. Arti *enabler* pada penelitian ini yakni pembisnis dijadikan *stakeholder* yang dapat memberikan bantuan untuk menggapai tujuan yang diinginkannya. Bisnis didefinisikan sebagai entitas yang melaksanakan proses bisnis demi melahirkan nilai tambah serta mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Peran bisnis sebagai *enabler* untuk menghadirkan infrastruktur pengelola pisang sale yang diperlukan khususnya dalam hal ini keperluan dari pihak pengelola pisang salenya.

Sektor swasta dapat diartikan sebagai entitas yang melaksanakan proses bisnis untuk melahirkan nilai tambah serta mempertahankan pertumbuhan yang akan berlanjut. Peran sektor swasta ialah sebagai *enabler* yang menghadirkan infrastruktur teknologi maupun modal. Perubahan ke era digital bisa memberikan bantuan agar pengembangan potensi pengelola pisang salenya jadi lebih efektif, efisien serta produktif. Pada program pengembangan, UMKM berperan sebagai bisnis.

Dari hasil wawancara penulis kepada pengelola pisang sale Ibu Riana mengatakan:

Saya merasakan dari hasil menjual pisang sale ini membantu perekonomian saya saat ini. Kelebihannya bisa saya rasakan bahwa bahan baku untuk mengelola pisang sale ini mudah untuk didapatkan, seperti pisang, minyak goreng, tepung, kayu api saat memasak pisang sale ini. Akan tetapi dalam memproduksi pisang sale masih banyak terdapat kekurangan ataupun bisa dikatakan kelemahan semua yang saya lakukan masih bersifat tradisional. Seperti mencetak pisang sale ini, setelah dimasak sebenarnya ada mesin untuk mentiriskan minyak pergorengan pisang sale ini, tujuannya agar pisang sale ini tahan lama, tidak merubah citra rasa saat dikonsumsi oleh pembeli. Oleh karena itu, pisang sale saya ini paling lama 2 bulan tidak merubah citra rasanya.

Peran maupun usaha pihak bisnis pada Kab. Aceh Tenggara ialah dengan diajaknya untuk berpartisipasi dalam perumusan pengembangan pisang sale. Pelaku usaha ingin agar mereka selring diajak untuk menentukan kebijakan dalam pengembangan pisang sale. Usaha lainnya ialah mesosialisasikan kepada masyarakat terkhusus pelaku bisnis, mengenai pisang sale supaya persepsinya tidak salah serta dapat semisi untuk memberikan kemajuan pisang sale di Kab. Aceh Tenggara. Oleh karena itu, yang perlu ditekankan dari para pelaku usaha ini ialah mengenai regulasi. Mereka berpendapat bahwa kejelasan tentang regulasi dapat memberikan kemudahan bagi mereka untuk mengambil kebijakan dalam pengembangan pisang sale.

c. Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor kekuatan dari pelaku bisnis terhadap pisang sale yaitu bahan baku mudah untuk didapatkan, permintaan relatif tinggi, adanya pembinaan dari pihak pemerintah terkait, kualitas produk pisang sale baik. Faktor kelemahan pisang sale yaitu dipengaruhi cuaca, karena sebelum diolah menjadi pisang sale, pisang yang sudah diambil dijemur supaya kadar air dipisang berkurang agar pisangnya bertahan lama, tidak memiliki sertifikat halal, keterbatasan modal oleh pelaku pisang sale, kurangnya promosi di sosial media, meningkatnya bahan baku, teknologi yang digunakan bersifat tradisional. Oleh karena itu kedepannya untuk menginovasi pisang sale menjadi varian rasa seperti pisang sale coklat, greentea, taro dan lain sebagainya, tujuannya agar meningkatkan kualitas dan kuantitas

pisang sale.⁷

e. Sinergitas

Adapun kolaborasi dan kerja sama antar *stakeholder*, menurut pengelola pisang sale ini menjelaskan kalau telah ada kolaborasi serta kerja sama antar *stakeholder* pengelola pisang sale yang termasuk dalam *Quadruple Helix*, di antaranya dengan terus ikut dalam pelatihan-pelatihan ataupun dalam kegiatan sosialisasi pengelola pisang sale yang diundang oleh pemerintah ataupun pihak kampus untuk memajukan UMKM khususnya pengelola pisang sale yang ada di Aceh Tenggara.

4. Komunitas

a. Persepsi

Pisang sale memiliki rasa yang manis dan renyah, menjadi makanan favorit masyarakat Kutacane.

b. Peran dan Usaha

Pada model *Quadruple Helix*, komunitas memiliki peran sebagai *akselerator*. Komunitas diartikan sebagai orang-orang yang mempunyai keinginan yang sama serta sejalan dengan bisnis yang sedang mengalami perkembangan. Berperan sebagai penghubung ataupun perantara antara pihak yang mempunyai kepentingan dalam memberikan bantuan kepada UMKM untuk proses yang menyeluruh serta memperlancar adopsi proses bisnis ke era digital. Selain itu, komunitas juga berperan dalam melakukan promosi produk ataupun pelayanan UMKM. Pada program pengembangan, UMK di Kab. Aceh Tenggara berperan sebagai komunitas yang melindungi UMKM.

c. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Komunitas di Kab. Aceh Tenggara banyak yang telah melakukan beberapa tahapan seperti mengenalkan produk dari komunitas yang bukan di bidang

⁷Samina dan Dody, dkk, Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Pisang pada UMKM Keripik Tiga Bujang di Kota Pontianak, 2020. *JSEP*, Volume 16, No..2, Juni 2020,135 – 148.

usahanya misalnya komunitas sepeda motor yang ikut berpartisipasi mengembangkan usaha pisang sale dan mengupload ke setiap media sosialnya. Kemudian, komunitas yang ada pada garis pelaku usaha melalui edukasi dengan ikut pelatihan-pelatihan untuk perkembangan usaha pengelola pisang sale.

Hasil wawancara penulis kepada bapak Herman salah satu komunitas sepeda motor sekaligus Cane Berhijrah mengatakan bahwa:

Adanya melakukan kerjasama kepada pengelola pisang sale untuk menjualkan kepada masyarakat pisang sale tersebut. Dan khusus pada bulan ramadhan ini membagi-bagi takjil kepada masyarakat yang lewat di depan Masjid Agung at-Taqwa Aceh Tenggara. Dikarenakan pengelolaannya dilakukan oleh masyarakat sendiri dan membentuk komunitas, maka masyarakat bisa melibatkan diri langsung untuk memasarkan produk pisang sale ini.

Faktor penghambat yaitu komunitas cane berhijrah belum secara konsisten bekerjasama dengan pengelola pisang sale.

d. Sinergitas

Minimnya koordinasi antar *stakeholder* dalam menjalankan fungsinya dengan baik.

C. Pembahasan

1. Usaha Pisang Sale Sebagai Warisan Tradisi

Krisis yang melanda Indonesia pada tahun 1997, diawali dengan krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar AS serta krisis moneter yang dampaknya terhadap perekonomian Indonesia yakni resesi ekonomi. Ini adalah pelajaran yang sangat perlu agar kembali memperhatikan guna untuk pembangunan ekonomi yang benar-benar terstruktur secara kuat serta bisa bertahan pada kondisi apapun.⁸

Saat krisis ekonomi melanda dunia, otomatis memperparah situasi perekonomian di Indonesia. Situasi krisis terjadi pada tahun 1997 sampai 1998, hanya sektor UMKM (Usaha Mikro dan Menengah) yang bisa tetap berdiri kokoh. Data Badan Pusat Statistik menggambarkan kondisi tersebut setelah krisis

⁸Anggraini dan Nasution, "Pengembangan UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI)", *Jurnal Ekonomi*, 2013. h. 105.

ekonomi jumlah UMKM tidak mengalami penurunan, namun mengalami peningkatan pertumbuhan terluas, bahkan dapat menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai pada tahun 2012.

Sebagaimana diketahui di tahun tersebut jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut UMKM sebanyak 56.534.592 unit ataupun sebesar 99,99%. Sisanya sekitar 0,01% ataupun sebesar 4.968 unit ialah usaha yang mempunyai skala besar. Fenomena ini menerangkan kalau UMKM adalah usaha produktif untuk dikembangkan dan mendukung perkembangan ekonomi secara makro serta mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lainnya dapat berkembang. Salah satunya sektor yang mendapatkan pengaruh dari pertumbuhan UMKM ialah sektor jasa perbankan. Hal ini dikarenakan hampir 30% usaha UMKM menggunakan modal operasional dari perbankan.

Kebijakan pemerintah terhadap UMKM di Indonesia sudah menjadi bagian yang sangat penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM adalah unit-unit usaha yang jumlahnya lebih banyak jika dibandingkan dengan usaha industri yang mempunyai skala besar serta mempunyai kelebihan untuk menyerap tenaga kerja yang lebih banyak dan juga bisa mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunannya. Berdasarkan kenyataan ini sudah selayaknya UMKM mendapatkan perlindungan dari UU maupun peraturan yang berhubungan dalam aktivitas operasional serta dalam pengembangannya.

Ada beberapa peraturan sudah dikeluarkan oleh pemerintah agar bisa memberikan perlindungan kepada UMKM diantaranya UUD 1945 yang merupakan pondasi dasar hukum di Indonesia Pasal 5 ayat (1), Pasal 20, Pasal 27 ayat (2), Pasal 33, UU No. 9 Tahun 1995, Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 mengenai Politik Ekonomi untuk Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang memiliki kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk menciptakan struktur perekonomian nasional

yang semakin seimbang, berkeadilan serta berkembang. Peraturan Presiden No. 5 Tahun 2007 mengenai pembiayaan operasional UMKM, UU No. 20 Tahun 2008 mengenai perbedayaan UMKM bagi perekonomian di Indonesia, dan yang terbaru ialah Paket 4 Kebijakan Ekonomi Kebijakan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang lebih murah dan luas bagi UMKM.⁹

Oleh karena itu, salah satu Kab. Aceh Tenggara yang ada di Indonesia juga menerapkan UMKM ini di Kota tersebut. Masyarakat banyak yang menjalankan UMKM diberbagai bidang untuk keberlangsungan hidup masyarakat tersebut, seperti dibidang baju mesikhat daerah, dibidang mengelola gula aren, dibidang mengelola pisang sale dan lain sebagainya. Sejauh ini sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari dan juga mensekolahkan anaknya.

Pisang sale awalnya dijadikan oleh-oleh khas Aceh, karena pada zaman dahulu pisang sale sangat berlimpah di Aceh. Sehingga masyarakat berinisiatif untuk mengolah pisang tersebut sebagai makanan ringan. Masyarakat Aceh menjadikan pisang sale sebagai makanan yang dihidangkan pada saat ada tamu yang datang kerumah masyarakat setempat.

Dari almarhum Peutua Hasan dan Pang Puteh inilah ide pertama mengawetkan pisang monyet (pisang wak), yaitu pada tahun 1937, jauh dari sebelum Indonesia merdeka. Saat itu Desa Geudumbak yang penduduknya masih dapat dihitung dengan jari, merupakan perkampungan baru dengan kondisi pisang monyet bertumbuhan secara liar. Pada saat panen tiba, jutaan tandan pisang mengalami masak serentak, jangankan manusia, monyet-monyetpun minta ampun tidak sanggup untuk menyantapnya.

Dari situlah muncul ide, pisang masak tersebut diasapi (disale, bahasa Aceh), dibungkus dan dijual dalam bentuk kemasan tradisional. Oleh karena itu, pekerjaan itu telah jadi turun-menurun, bahkan pengrajin generasi berikutnya telah berkembang di sepanjang kawasan bantaran sungai (Krueng Arakundo),

⁹Yuli Rahmini Suci, "Pekembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia)", *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 6 No. 1 Januari 2017. h. 55.

Kec. Pante Bdari Lhoknibong, Aceh Timur dan hitung-hitung dari ide Petua Hasan-Pang Puteh tersebut, saat ini telah menampung ribuan tenaga kerja, terhitung dari mata rantai produsen, pengumpul maupun pengencernya.

Asal mula pisang sale di Kutacane Kab. Aceh Tenggara, sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Mira sebagai salah satu pengelola pisang sale mengatakan awalnya pisang sale ini benar turun menurun bisa dikatakan budaya dari orang tua kita terdahulu, akan tetapi saya tekuni pada saat saya tidak memiliki penghasilan. Sebelum mengelola pisang sale, saya bekerja sebagai pembantu rumah tangga, setelah itu posisi rumah saya berhadapan dengan salah satu PONPES Perbatasan di Kab. Aceh Tenggara, maka saya menyuci pakaian beberapa santri/santriwati tersebut.

Beriringnya waktu, abang saya menawarkan kepada saya untuk mengelola pisang yang ada di kebun abang saya. Tetapi saya bingung, karena saya belum pernah mengelola pisang menjadi pisang sale. Akan tetapi solusi kami temukan, abang saya menelpon saudara yang ada di Banda Aceh, beliau di Banda Aceh membuat pisang sale juga. Setelah itu saya terapkan, Alhamdulillah, usaha pisang sale saya lancar sampai saat ini.

Pisang sale sebagai salah satu makanan khas masyarakat Aceh Tenggara seperti mudik untuk ole-ole kepada kerabat sekitar. Saat ini pisang sale hanya sebatas rasa original saja, kedepannya akan ditambah varian rasa seperti coklat, pink marbel, tiramisu dan lain sebagainya seperti makanan umum pada lainnya.

2. Persepsi *Quadruple Helix* tentang UMKM Pengelola Pisang Sale di Kab. Aceh Tenggara

Masalah yang berhubungan dengan persepsi/ pandangan ialah cara tersendiri agar tahu kemana arah yang sebenarnya dari pilihan *stakeholder* pada sebuah tujuan UMKM khususnya untuk pengelola pisang sale. Tidak hanya kualitas terhadap pisang sale, akan tetapi juga persepsi terhadap kebersihan, estetika, serta yang berhubungan dengan keadaan pisang sale tersebut. Tanpa mengetahui bagaimana pandangan *stakeholder* terhadap beberapa aspek yang harus ada untuk memberikan dukungan terhadap keberadaan UMKM pengelola pisang sale daerah tujuan bagi pengelola pisang sale, maka dalam jangka panjang kawasan tujuan UMKM pengelola pisang sale dapat mengalami pertumbuhan seiring dengan perkembangan yang sesungguhnya.

Dalam hal persepsi, akademisi di Kab. Aceh Tenggara sudah memahami

tentang UMKM pengelola pisang sale, meskipun belum sepenuhnya memahami tentang UMKM pengelola pisang sale tersebut. Namun di sisi lain persepsi mereka tentang UMKM pengelola pisang sale masih mempunyai persepsinya masing-masing. Hal inilah yang menjadi penyebab tidak terdapatnya kesamaan persepsi di antara *stakeholder*. Sehingga para akademisipun tidak dapat melakukan penarikan garis tentang apa serta bagaimana seharusnya UMKM pengelola pisang sale dijalankan. Hal yang sama dilontarkan persepsi UMKM pengelola pisang sale dikalangan pemerintah. Umumnya pemerintah juga sudah membantu pihak pengelola pisang sale khususnya dari kantor dinas UKM dan Koperasi di Kab. Aceh Tenggara, akan tetapi di kantor Dinas Industri dan Perdagangan belum ada perhatian khusus terhadap pelaku pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara.

Selanjutnya, persepsi *stakeholder* dari segi bisnis. Para pelaku bisnis pengelola pisang sale pada Kab. Aceh Tenggara memiliki persepsi yang berbeda dengan *stakeholder* lain. Para pelaku pengelola pisang sale berharap ada perhatian khusus dan pihak pemerintah terhadap pengelola pisang sale, akan tetapi perhatian yang didapatkan oleh pengelola pisang sale hanya dari pihak Dinas UKM dan Koperasi saja, akan tetapi tidak merata perhatiannya kepada pengelola pisang sale, didapatkan informasi dari salah satu pengelola pisang sale:

Berdasarkan jawaban dari responden bisa diambil kesimpulan kalau komunitas pengelola pisang sale pada Kab. Aceh Tenggara telah paham mengenai pengelola pisang sale. Penyebab terjadinya mispersepsi atau ketidaksamaan visi dan persepsi *stakeholder* umum pengelola pisang sale yakni pihak pemerintah kurang dalam melakukan komunikasi sebagai *leading sector* untuk mengikutsertakan *stakeholder* lainnya dalam bersosialisasi serta memahami UMKM pengelola pisang sale secara komprehensif. Maka perlu diingatkan sosialisasi pihak pemerintah untuk kedepannya.

3. Peran dan Usaha *Stakeholder* dalam Pengembangan Usaha pisang Sale di Kab. Aceh Tenggara

Dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia” peran didefinisikan sebagai pemain sandiwara (film), tukang lawak pada permainan makyong, perangkat tingkah yang diharapkan, dimiliki oleh orang yang mempunyai kedudukan di masyarakat. Sedangkan menurut Abu Ahmad peran yakni suatu kompleks pengharapan manusia terhadap cara individu dalam bersikap serta berbuat dalam kondisi tertentu berdasarkan status maupun fungsi sosial. Sedangkan menurut Soerjono Soekant, peran bermakna sebagai aspek dinamis kedudukan (status), ketika seseorang melakukan hak maupun kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan peranannya. Dari penjelasan tersebut lebih lanjut kita lihat pendapat lain mengenai peran yang sudah ditetapkan sebelumnya dengan tugas maupun kewajiban dinas perhubungan untuk menegakkan hukum memiliki arti menegakkan hukum dengan cara total *enfoecement*, yakni menegakkan hukum dengan cara penuh.

Akademisi memiliki peran sebagai pihak yang mendukung untuk memasarkan pisang sale kepada masyarakat dan akademisi juga berperan mempromosikan pisang sale ke sosial media. Karena pengelola pisang sale khususnya Kab. Aceh Tenggara belum menggunakan sosial media untuk mempromosikan pisang sale tersebut disebabkan kurangnya pengetahuan pengelola pisang sale dan juga sebagian besar pengelola pisang sale ini tidak mempunyai hp android karena latar belakang mereka sebagian di perdesaan. Akan tetapi, ada juga pengelola pisang sale menggunakan hp android maupun anak mereka, tapi belum ada yang mempromosikannya di sosial media seperti facebook, instagram, whatshaap, maupun *marketplace* lainnya.

Peran dan usaha pemerintah diantaranya adalah Dinas UKM dan Koperasi Kab. Aceh Tenggara, telah berusaha dalam pengembangan UMKM khususnya pengelola pisang sale. Dengan cara mengutuskan pengeloa pisang sale ke Banda Aceh apabila ada pelatihan, tujuannya adalah di Banda Aceh saat pelatihan pengelola pisang sale ini diajarkan bagaimana memasak pisang sale agar renyah,

membungkus pisang sale dengan cara cepat dan tepat, banyak ilmu yang didapat oleh pengelola pisang sale pada saat pelatihan di Banda Aceh.

Menurut pembisnis atau pengusaha, peran mereka adalah turut memberikan kualitas produk yang terbaik kepada masyarakat. Dan ada saran kepada pengelola pisang sale, untuk saat ini kita mengetahui bahwa produk pisang sale yang dipasarkan masih bersifat original dari pisang saja, kedepannya bisa diproduksi berbagai macam varian rasa pisang sale, seperti pisang sale coklat, pisang sale tiramisu dan berbagai macam varian rasa untuk pisang sale tersebut. Sedangkan komunitas adalah membantu pemerintah dalam sosialisasi pisang sale kepada masyarakat serta bersama pemerintah juga melahirkan ide-ide mengenai pemasaran produk pisang sale.

Kualitas yang terbaik yang diberikan pengelola pisang sale kepada masyarakat ialah, saat memproduksi pisang sale harus melalui tahapan, awalnya memilih pisang yang sudah matang, agar pisangnya terasa manis, kalau belum ada yang matang pisangnya dikarbet menggunakan daun batang siantar setelah matang maka di kupas lalu diiris-iris berbentuk panjang dan tipis. Setelah itu dijemur untuk mengurangi kadar basah dari pisang sale, tujuannya agar pisang sale itu tahan lama. Kalau sudah kering maka digoreng dengan tepung roti dan ditiriskan sebelum dibungkus untuk dipasarkan.

4. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha pisang Sale di Kab. Aceh Tenggara

Berdasarkan wawancara penulis dengan salah satu informan¹⁰, Aceh Tenggara seharusnya mempunyai peran yang lebih besar untuk melakukan penerapan serta pengembangan UMKM khususnya bagi pengelola pisang sale. Karena sudah menjadi "gen" Aceh Tenggara menerapkan UMKM khususnya pengelola pisang sale untuk memenuhi keberlangsungan masyarakat.

Dalam pandangan penulis sebenarnya pengembangan UMKM pengelola

¹⁰Wawancara dengan Bapak Satumin *staff* di Kantor Dinas Perdagangan dan industri.

pisang sale di Kab. Aceh Tenggara bukannya belum ada, tetapi masih jalan di tempat dikarenakan sedang dalam proses. Prosesnya lebih kepada regulasi maupun persepsi yang belum menyatu, yang menyebabkan semuanya saling menunggu. Diharapkan ada yang melakukan pergerakan melalui sosialisasi serta mengedukasi secara komprehensif dan massdif dari *stakeholder* terkait, supaya pelaksanaan UMKM pengelola pisang sale dapat dipahami serta dapat menjangkau maupun mengembangkan secara bersama-sama.

5. Sinergitas antar *Stakeholder Quadruple Helix*

Selain interaksi yang terjalin antara ketiga *stakeholder*, dibutuhkan juga sinergi antara keempat *stakeholder Quadruple Helix*. Menurut Najiyati dan Rahmat, mengartikan sinergi didefinisikan sebagai kombinasi ataupun panduan untuk ataupun bagian yang bisa memberikan hasil keluaran lebih baik serta lebih besar. Oleh sebab itu, sinergi bisa diartikan sebagai operasi gabungan ataupun perpaduan unsur dalam memberikan hasil utput yang lebih baik.¹¹

Sinergitas bisa bangkit melalui beberapa cara yakni, *pertama*, komunikasi, menurut Sofyandi dan Gamiwa komunikasi bisa dilihat dari dua bagian yakni komunikasi yang mengarah kepada sumber yang menjelaskan kalau komunikasi ialah aktivitas yang mana seorang (sumber) dengan cara sungguh-sungguh memudahkan supaya memperoleh tanggapan. Pengertian komunikasi tersebut mengarah kepada penerima yang mempunyai pandangan kalau komunikasi merupakan seluruh aktivitas di mana seseorang (penerima) memberikan tanggapan terhadap stimulus ataupun rangsangan. *Kedua*, Koordinasi, selain komunikasi untuk melahirkan sinergitas diperlukan juga koordinasi. Komunikasi tidak bisa berdiri sendiri tanpa ada koordinasi seperti yang dijelaskan oleh Hasan bahwa dalam komunikasi diperlukan koordinasi.

Koordinasi yakni integrasi dari aktivitas individual maupun unit-unit ke dalam satu usaha bersama seperti bekerja ke arah tujuan bersama. Menurut Moekijat, terdapat 9 (sembilan) syarat untuk mewujudkan koordinasi yang efektif,

¹¹Najiyati, Sri dan .R Topo Susilo. "Sinergitas Instansi Pemerintah dalam Pembangunan". *Jurnal Ketransmigrasian*, Vol. 28, No. 2, Desember 2011, h. 113-114.

antara lain 1) Hubungan langsung bahwa koordinasi bisa lebih mudah diperoleh melalui hubungan pribadi langsung. 2) Kesempatan awal koordinasi bisa diperoleh lebih mudah dalam tingkat-tingkat awal perencanaan serta pembuatan kebijaksanaan. 3) Kontinuitas koordinasi ialah suatu proses yang kontiniu serta harus berlangsung pada seluruh waktu yang diawali dari tahap perencanaan. 4) Dinamisme koordinasi harus terus-menerus diubah mengingat perubahan lingkungan baik intern maupun ekstern. 5) Tujuan yang jelas itu perlu agar mendapatkan koordinasi yang efektif. 6) Struktur organisasi yang sederhana bisa memberikan kemudahan supaya koordinasinya efektif. 7) Merumuskan wewenang maupun tanggung jawab secara jelas, bukan hanya melakukan pengurangan pertentangan di antara pegawai-pegawai yang berbeda, namun juga efektif komunikasi ialah salah satu persyaratan agar koordinasinya baik. 9) Kepemimpinan supervisi yang efektif, menjamin koordinasi aktivitas orang-orang, baik tingkat perencanaan ataupun tingkat pelaksanaan.

Jenis hubungan yang ideal antara *stakeholder* ketika melakukan kerja sama bisa dibedakan sesuai kebutuhannya. Tingkat yang tertinggi yakni kolaborasi. Kolaborasi memiliki arti sebagai kerja sama yang sudah terjalin dengan cara yang resmi melalui tukar-menukar informasi. Tujuannya untuk saling memperoleh keuntungan, mengubah kegiatan, risiko, berbagi sumber daya, tanggung jawab, penghargaan serta memperbaiki kapasitas orang lain demitujuan bersama. Selain itu, kolaborasi memiliki komitmen waktu yang ekstensif dan tingkat kepercayaan yang tinggi antara *stakeholder*. Adapun jenis hubungan antara *stakeholder* yakni:

a. Pemerintah Dengan Akademisi

Pemerintah dengan akademisi sangat penting untuk melakukan peningkatan terhadap jenis hubungan yang jadi kolaborasi. Roberts dkk, menyatakan kolaborasi mendapat dukungan dari komitmen waktu yang efisien, kepercayaan yang tinggi dalam memperbaiki kapasitas serta saling berbagi risiko. Hal ini dibutuhkan agar bisa memberikan bantuan kepada pemerintah untuk mengembangkan program supaya berjalan dengan cara yang optimal. Akademisi sebagai *stakeholder* ialah sumber pengetahuan dengan teori ataupun konsep yang terbaru serta rejealan bisa memberikan bantuan kepada pemerintah

agar dapat berbagi risiko dengan akademisi dan sama-sama menemukan penyelesaian masalah yang tepat untuk menyelesaikannya.

b. Pemerintah Dengan Bisnis

Pemerintah dengan bisnis sangat penting untuk berkolaborasi mengenai bantuan modal, fasilitas, pelatih, serta akses agar proses bisnis mudah. Bantuan tersebut akan terlaksana jika terciptanya kolaborasi yang baik antara pemerintah dengan bisnis untuk saling tanggung jawab. Pemerintah harus mengetahui kebutuhan yang diperlukan oleh pembisnis agar tergambar bantuan apa yang bisa diberikan oleh pemerintah.

c. Pemerintah Dengan Komunitas

Komunitas yang melingkupi para pembisnis serta pemerintah wajib mempunyai komitmen waktu yang intensif dengan rasa percaya yang tinggi. Hal ini dikarenakan komunitas diartikan sebagai *stakeholder* yang paling dekat dengan masyarakat yang berada dengan pengelola pisang sale. Harapannya supaya mereka bisa jadi penghubung ideal kepada pemerintah mengenai kolaborasi.

d. Akademisi Dengan Komunitas

Coordinating ialah jenis hubungan yang terjalin di antara akademisi dengan komunitas. Akademisi dan komunitas melakukan perannya masing-masing. Akademisi tidak perlu terlalu banyak berkaitan langsung dengan komunitas, tetapi tetap harus terjalin hubungan dengan cara formal (minimal saling membagi sumber dayanya serta komitmen waktu yang sedang). Hal ini dikarenakan komunitas melingkupi para pelaku yang berada pada daerah pengelola pisang sale.

e. Akademisi Dengan Bisnis

Networking ialah jenis hubungan yang terjalin antara akademisi dengan bisnis. Artinya, hubungannya terjalin dengan cara informal. Walaupun demikian, sangat penting untuk saling menukarkan informasi agar program bagi pengelola pisang sale bisa berkembang.

f. Komunitas dengan Bisnis

Komunitas dengan bisnis diperlukan untuk melakukan peningkatan hubungan jadi *collaborating*. Hal ini dikarenakan bisnis didefinisikan sebagai *stakeholder* yang mempunyai kontribusi untuk memberikan bantuan sosialisasi ataupun modal sehingga bantuan infrastruktur mencakup sanitasi ataupun tempat ibadah. Komunitas disini sangat membutuhkan informasi dari bisnis, suapaya proses bisnis dapat dijalankan dengan mudah.

Keterlibatan *stakeholder* dalam mengembangkan pisang sale di Kab. Aceh Tenggara dapat dikatakan sangat rawan terhadap munculnya miskordinasi. Untuk itu, diperlukanlah sinergi yang kuat supaya pisang sale dalam perkembangannya bisa berjalan dengan lancar. Pemerintah sebagai koordinator diharapkan mempunyai kemampuan untuk melakukan koordinisasi kepada para *stakeholder* agar bisa menjalankan peran masing-masing. Selanjutnya, pemerintah juga wajib mengikutkan diri dengan cara aktif untuk membahas perkembangan pisang sale.¹²

6. Model *Quadruple Helix* dalam Pengembangan Usaha pisang Sale di Kab. Aceh Tenggara

Secara umum, untuk mendorong UMKM di negara ini, dibuatlah susunan konsep UMKM sebagai salah satu ceruk pasar yang berpotensi saat ini di dunia. Makanya model *Quadruple Helix* diterapkan agar sinergi maupun kolaborasi antara *stakeholder* bidang UMKM bisa tercipta.

Kajian literatur yang berkaitan dengan kolaborasi model *Quadruple Helix* sebagai pedoman dalam hasil penelitian kualitatif di antaranya menurut Palmer dan Haryer¹³ kolaborasi pada dasarnya ialah kesepakatan formal ataupun informal

¹²Muhammad Syahbudi, dkk, *UMKM dan Digital Entrepreneurship: Sebuah Riset dengan Model Penta Helix*, Strategi Pengembangan UMKM di Sumatera Utara (Depok: Rajawali Pers Divisi Buku Perguruan Tinggi, 2020), h. 57.

¹³Palmer, A. J. And R. Mayer. "Relationship Marketing: A New Paradigm for the Travel and Tourism Sector?" *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 2, No.4, 1996, h. 326-333.

dua ataupun lebih organisasi dalam melakukan peningkatan kompetensi melalui kombinasi sumber daya yang dimiliki dengan para mitranya. Sedangkan menurut pendapat Kotler, Bowens dan Makens ¹⁴ menyatakan kalau UMKM akan memperoleh suatu kelebihan bersaing apabila masing-masing organisasi yang berkaitan bisa berbagi keahlian, pengetahuan, keterampilan maupun sumber daya lain.

7. Permasalahan Pengembangan Usaha pisang Sale di Kab. Aceh Tenggara

Regulasi yang jelas tidak ada ditingkat kementerian untuk *stakeholder* UMKM dalam pengembangan khususnya pengelola pisang sale Aceh Tenggara. Hal inilah yang membuat pengambil kebijakan yang berada pada daerah jadi bingung dalam melakukan pengambilan keputusan yang tepat serta pasti untuk pengelola pisang sale tersebut.

Seharusnya Surat Keputusan (SK) yang mewakili semua *stakeholder Quadruple Helix* telah cukup untuk menggerakkan sektor pengelola pisang sale di Aceh Tenggara. Solusi yang bisa dilakukan ialah melakukan penerbitan Surat Keputusan (SK) yang meliputi unsur *Quadruple Helix* yang menjelaskan apa saja yang berkaitan dalam penyelenggaraan pengelola pisang sale serta apa tugasnya. Penulis memberikan salah satu solusi di antaranya agar pimpinan daerah membuat SK Tim Percepatan pengelola pisang sale yang bertanggung jawab untuk pengembangan penyelenggaraan pengelola pisang sale di Aceh Tenggara.

Permasalahan mengenai pemasaran, menurut para *stakeholder* serta tim percepatan pengelola pisang sale Aceh Tenggara belum maksimal mempromosikan pisang salenya. Belum terlihatnya *flayer* maupun iklan yang menyatakan bahwa pisang sale Aceh Tenggara wajib untuk dikonsumsi masyarakat Aceh maupun yang dari luar Aceh. Ini membuktikan bahwa Aceh Tenggara belum *all out* dalam pelaksanaan pengembangan pengelola pisang sale. Maka solusinya ialah supaya *stakeholder* khususnya pemerintah sudah

¹⁴Kotler, P, Bowen, J & Makens, J. *Marketing for Hospitality and Tourism (4d ed)*. (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2006), h. 232.

sewajarnya memperlihatkan jati dirinya sebagai pisang sale yang terenak dan terenyah di dunia. Hal ini dilakukan supaya semuanya mengetahui baik dari dalam negeri maupun luar negeri, kalau Aceh Tenggara sangat fokus serta memberikan dukungan secara penuh kepada penyelenggara pengelola pisang sale pada daerahnya.

Model *Quadruple Helix* tidak dapat dilaksanakan secara maksimal untuk mengembangkan pengelola pisang sale pada Aceh Tenggara. Hal ini dikarenakan definisi maupun konsep pengelola pisang sale dikalangan *stakeholder* sendiri belum jelas. Selanjutnya, persoalan regulasi yang tidak jelas serta tidak memiliki penegak hukum yang tidak juga menciptakan *stakeholder* utama yakni pemerintah daerah merasakan keraguan untuk mengembangkan pengelola pisang sale di Aceh Tenggara. Pada konsep *Quadruple Helix*, seluruh *stakeholder* memiliki peran aktif, sedangkan pada konsep negara Indonesia, pemerintah daerah memiliki peran sebagai *leader*.

Kemudian, kegagalan yang telah banyak dialami saat melaksanakan strategi untuk mengembangkan daerah tujuan pengelola pisang sale dipengaruhi ada beberapa faktor. Seisdesos mengatakan meskipun suatu daerah sudah mempunyai *branding* melalui logo slogan yang baik, namun masih belum bisa meggapai sasarannya. Hal ini dikarenakan terdapat kelamahan yakni 1) Keterkaitan antara strategi pengembangan ekonomi kota, 2) Keterkaitan politik seharusnya diikutsertakan dengan cara serius serta dipertahankan dengan berbasis waktu yang panjang, 3) Investasi, 4) *Awareness* yang jelas oleh target *audience*, 5) Pengetahuan berdasarkan pendapat yang asli tentang kualitas *image* oleh seluruh target group, 6) Koordinasi di antara *stakeholder* yang berbeda.¹⁵

Juka semua faktor ini tidak ada, maka logo ataupun slogan tidak bisa membentuk bagaimana suatu tujuan kota khususnya pengelola pisang sale dapat diterima oleh masyarakat. Peran *stakeholder* yang terdapat di suatu daerah sangat

¹⁵Seisdesos G, *State Of Art of City Marketing in European Cities, 4s nd IsoCaRP Congress. 2006*, Andalas University, 2017. h. 84.

dibutuhkan berdasarkan faktor tersebut untuk membangun strategi¹⁶ tujuan bagi pengelola pisang sale. Untuk melakukan pemasaran di suatu daerah, dibutuhkan tujuh target grup yang penting untuk diikutsertakan menurut Kavaratzis et. al, di antaranya ialah: *business, logistic servis providers, decision makers, creative sectors, active city dwellers, knowledge workers, internasional investors, current inhabitant of city*. Daerah tidak hanya dilihat dari sisi melalui standar internasionalnyamun juga apa yang dikerjakan serta dicari oleh masyarakat aktif pada daerah tersebut.

8. Jawaban Informan sebagai Indikator dan Kesimpulan Jawaban

Agar tahu bagaimana jawaban dari para informan yang penulis peroleh pada saat di lapangan, maka penulis membuat tabel yang dengan beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan pada informan, dan dilengkapi dengan jawaban-jawaban serta memperoleh kesimpulan berdasarkan jawaban tersebut. Tabel ini juga sebagai metode trigulasi yang penulis pakai pada penelitian ini. Sebagaimana yang diketahui bahwa yang dimaksud dengan trigulasi yakni usaha untuk mengecek kebenaran data ataupun informasi yang didapatkan peneliti berdasarkan berbagai sudut pandang yang berbeda-beda melalui pengurangan sebanyak mungkin yang terjadi di saat mengumpulkan maupun menganalisis data.

Penulis memakai informan yang berbeda untuk mengetahui kebenaran informasi tersebut. Dari berbagai persepektif ataupun pandangan dengan harapan memperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Untuk itu, penulis memakai analisis penulis untuk memberikan kesimpulan yang penulis dapatkan di lapangan. Tabel ini berdasarkan empat *stakeholder Quadruple Helix* Pengelola Pisang sale yakni Akademisi, Pemerintah, Bisnis dan Akademisi. Penulis memberikan pertanyaan-pertanyaan yang dirujuk dari rumusan masalah yang ingin diteliti.

¹⁶Kavaratzis M. Ashworth GJ, Partner in Coffeshop, Canal and Commerce: Marketing in city of Amsterdam, Elsevier, Cities, Vol. 24 No 1. 2007. h. 16-25

Tabel 4.3
Pertanyaan Dan Jawaban Informan Sebagai Indikator Serta Kesimpulan
Dari Kalangan Akademisi

No.	Pertanyaan	Responden 1 (Indikator)	Responden 2 (Indikator)	Responden 3 (Indikator)	Kesimpulan
Persepsi					
1.	Apa yang anda ketahui tentang pisang sale	Pisang sale adalah makanan hasil olahan dari buah pisang	Pisang sale adalah makanan yang terbuat dari pisang, kemudian dikeringkan, memiliki rasa yang enak dan manis.	Pisang sale adalah salah satu cemilan yang terbuat dari pisang memiliki rasa yang manis dan juga renyah.	Akademisi di Kab. Aceh Tenggara sudah memahami tentang pisang sale, meskipun belum seluruhnya mengetahui tentang pisang sale tersebut.
2.	Apakah anda setuju adanya pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara.	Setuju, karena ada <i>skill</i> sebagian masyarakat untuk mengelola pisang sale.	Setuju karena bias membantu masyarakat saat menjadi pelaku usaha pisang sale.	Setuju dengan adanya usaha masyarakat mengelola pisang sale.	Mayoritas responden menjawab bahwa setuju dengan adanya pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara.
Peran dan Usaha					
1.	Apakah anda sudah berperan dalam mengelola pisang sale.	Peran akademisi adalah sebagai narasumber di beberapa	Para siswa dan mahasiswa berperan seperti	Peran akademisi juga memberikan Informasi	Usaha yang sudah dilakukan akademisi ialah menjalin kerja sama dengan

		<i>event</i> seperti bazar, produk pisang sale juga sekalian dipromosikan.	memasarkan produk pisang sale, tidaknya bersifat tradisional akan tetapi menggunakan media sosial.	yang terbaru kepada pengelola pisang sale untuk diterapkan kedepannya seperti membuat varian rasanya.	Dinas Koperasi dan UKM, memberikan edukasi tentang pisang sale kepada pengelola pisang.
2.	Usaha apa yang sudah anda lakukan untuk pengembangan usaha pisang sale	Mengadakan kerjasama dengan pihak pemerintah maupun swasta dalam mengembangkan usaha pisang sale, walaupun kerjasama dengan pemerintah hanya tertuang di kertas saja belum terlaksana dengan baik.	Usaha dari pihak kampus /sekolah adalah para alumni-alumni memberikan masukan dan ide-ide dalam mengembangkan usaha pisang sale.	Memberikan arahan kepada pihak pengelola pisang sale untuk meningkatkan sdm di Kab. Aceh Tenggara.	Mengadakan kerja sama agar pisang sale kedepannya lebih baik.
Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat					
1.	Jelaskan	Bahan baku	Pisang banyak	Bahan baku	Bahan baku

	faktor-faktor pendukung dari pengelola pisang sale di Kab Aceh Tenggara.	mudah didapat.	didaerah Kab. Aceh Tenggara.	mudah didapat.	mudah didapat.
2.	Jelaskan faktor-faktor penghambat pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara.	Masih menggunakan alat tradisonal saat memproduksi pisang sale.	Minimnya fasilitas untuk pengelola pisang sale.	Minimnya kesadaran masyarakat tentang produk pisang sale.	Masih menggunakan alat tradisional, kurangnya fasilitas, kurangnya kesadaran masyarakat tentang produk pisang sale.
Sinergitas Stakeholder					
1.	Bagaimana kerjasama antar <i>stakeholder</i> dalam mengembankan usaha pisang sale	Menjalin kerja sama dengan masyarakat.	Menjalin kerja sama dalam penelitian dan pengabdian masyarakat.	Kerja sama dengan pemerintah dalam sosialisasi pisang sale.	Dalam hal ini <i>stakeholder Quadruple Helix</i> sudah ada sinergi dalam mengembangkan usaha pisang sale, namun mempunyai keterbatasan waktu dan kesempatan untuk berdiskusi.

2.	Apakah <i>stakeholder</i> menjalankan fungsinya dengan baik.	Belum semua <i>stakeholder</i> menjalankan fungsinya dengan baik.	Mimimnya koordinasi antar <i>stakeholder</i> .	Masih banyak <i>stakeholder</i> yang berjalan dengan kepentingannya sendiri.	Sebagian besar <i>stakeholder</i> berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri.
----	--	---	--	--	--

Tabel 4.4
Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta
Kesimpulan dari Kalangan Pemerintah

No.	Pertanyaan	Responden 1 (Indikator)	Responden 2 (Indikator)	Responden 3 (Indikator)	Kesimpulan dan Analisis
Persepsi					
1.	Apa yang anda ketahui tentang pisang sale.	Pisang sale adalah salah satu makanan khas khususnya masyarakat Aceh.	Pisang sale adalah makanan yang terbuat dari Bahan yang sederhana tetapi enak dan renyah.	Pisang sale adalah salah satu makanan yang mudah dikonsumsi masyarakat sekitar.	Dari jawaban responden Pisang sale yaitu salah satu makanan khas masyarakat Aceh dan mudan untuk didapatkan.
2.	Apakah Kab. Aceh Tenggara layak mengelola pisang sale.	Layak, karena sebagian besar masyarakat mengerti dan Memahami cara mengelola	Kab. Aceh Tenggara sudah ada beberapa mengelola pisang sale untuk salah	Saat ini sebenarnya Kab. Aceh Tenggara sudah mengelola pisang sale	Pada umumnya informan dari pemerintah menyatakan layak menerapkan pengelola

		pisang sale tersebut.	satu memenuhi kebutuhannya.	untuk membantu perekonomian masyarakat.	pisang sale.
Peran dan Usaha:					
1.	Peran apa saja yang anda lakukan untuk pengelolaan pisang sale.	Mengutus pengelola pisang sale ke Banda Aceh.	Memberikan bantuan kepada pengelola pisang sale terkait kebutuhan untuk mengelola pisang sale.	Mendata dan memberikan bantuan kepada pengelola pisang sale.	Memberikan bantuan dan mengutus para pelaku pisang sale ke Banda Aceh untuk melakukan pelatihan terkait pisang sale.
2.	Usaha-usaha apa saja yang sudah dilakukan untuk pengelola pisang sale.	Mengusahakan pisang sale mendunia.	Membuat dan mengawasi pelaku pengelola pisang sale.	Memberi subsidi kepada pelaku pengelola pisang sale.	Adapun usaha-usaha yang telah dilakukan pemerintah adalah dengan mengadakan sosialisasi tentang pisang sale dan mengupayakan agar pengelola pisang sale bisa mendunia.

Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat:					
1.	Jelaskan faktor- faktor pendukung pengelola pisang sale.	Faktor pendukung pengelola pisang sale memberikan perhatian khusus.	Para <i>stakeholder</i> dinas Koperasi dan UKM mendukung adanya pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara.	Adanya Perhatian khusus dari Dinas Kab. Aceh Tenggara memiliki perhatian yang baik juga terhadap pengelola pisang sale.	Faktor pendukung yaitu para <i>stakeholder</i> sangat mendukung adanya pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara dan dari dinas juga memberikan dampak yang positif terhadap pelaku pisang sale.
2.	Jelaskan faktor-faktor penghambat pengelola pisang sale.	Minimnya sosialisasi kepada masyarakat.	Masih minimnya bahasa Inggris maupun bahasa Arab terhadap pengelola pisang.	Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pengelola pisang sale.	Minimnya sosialisasi kepada masyarakat dan kurangnya pemahaman terhadap pisang sale.
Sinergitas <i>stakeholder</i>					

1.	Bagaimana kerja sama <i>stakeholder</i> dalam mengembangan pisang sale.	Kerja sama dengan pihak bisnis dalam menyediakan fasilitas ataupun kebutuhan bagi pengelola pisang sale.	Kerja sama dengan akademi dalam sosialisasi pengelola pisang sale.	Menjadi tim perancang untuk mengembangan usaha pisang sale.	Bersinergi dengan akademisi komunitas dan pelaku bisnis dalam sosialisasi pisang sale.
2.	Apakah <i>stakeholder</i> sudah menjalankan fungsinya dengan baik.	Belum semua <i>stakeholder</i> menjalankan fungsinya dengan baik.	Minimnya koordinasi antar <i>stakeholder</i> karena tidak tahu apa yang ingin dibuat bersama.	Masih banyak <i>stakeholder</i> yang berjalan dengan kepentingan sendiri.	Pemerintah dalam hal ini menjalankan fungsinya dalam pengembangan pisang sale.

Tabel 4.5

**Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagaimana Indikator
serta Kesimpulan dari Kalangan BISNIS**

No.	Pertanyaan	Responden 1 (Indikator)	Responden 2 (Indikator)	Responden 3 (Indikator)	Kesimpulan dan Analisis
Persepsi					
1.	Apa yang anda ketahui tentang pisang sale.	Pisang sale adalah bahan bakunya terbuat dari pisang kemudian diiris-iris	Pisang sale adalah salah satu makanan favorit bagi masyarakat Aceh.	Pisang sale yang terbuat dari pisang mempunyai rasa yang manis dan renyah.	Pisang sale adalah bahan bakunya terbuat dari pisang kemudian diiris iris setelah itu dijemur agar

		setelah itu dijemur agar tidak basah supaya tahan lama.			tidak basah supaya tahan lama dan salah satu makanan favorit masyarakat Aceh.
2.	Apakah Kab. Aceh Tenggara Layak mengelola pisang sale.	Layak, karena sebagian besar masyarakat mengerti dan memahami cara mengelola pisang sale tersebut.	Layak, karena masyarakat juga sudah lam mengelola pisang sale.	Sangat layak, karena dapat membantu perekonomian masyarakat.	Menurut informan, sangat layak adanya pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara, karena dapat membantu perekonomian masyarakat.
Peran dan Usaha					
1.	Peran apa saja yang sudah anda lakukan untuk pengelola pisang sale.	Memberikan layanan berhenti ataupun istirahat pada saat jam kerja kepada pegawai pengelola pisang sale.	Berperan menerima magang para mahasiswa dari universitas yang ada khususnya di Kab. Aceh Tenggara.	Memperbaiki fasilitas yang dibutuhkan pada saat mengelola pisang sale.	Menurut pengusaha telah memberikan khusus jam istirahat pada saat masuknya waktu sholat dan juga menerima mahasiswa magang

					dikemudian hari serta memberikan fasilitas yang terbaik pada saat mengelola pisang sale.
Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat:					
1.	Jelaskan apa factor pendukung Pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara	Bahan baku membuat pisang sale mudah untuk didapatkan.	Pengelola pisang sale sudah ahli dalam mengelola pisang sale.	Sangat membantu perekonomian keluarga dan pisang mudan didapatkan.	Bahan baku mudah didapatkan dan juga sangat Membantu perekonomian keluarga.
2.	Jelaskan faktor-faktor penghambat	Memasarkan pisang sale masih bersifat tradisional, Modal usaha susah untuk didapatkan.	Alat pisang sale belum ada Yang mengikuti perkembangan Zaman melainkan hanya sebatas alat tradisional.	Kurangnya pengetahuan pelaku pengelola pisang sale terhadap pengaplikasian teknologi untuk mengelola dan memasarkan pisang sale.	Kurangnya pengetahuan pelaku pengelola pisang sale akan teknologi sesuai dengan perkembangan zaman saat ini.
Sinergisitas Stakeholder:					

1.	Bagaimana kerjasama <i>stakeholder</i> .	Diantara merancang untuk kedepannya membuat varian rasa untuk pisang sale.	Diantaranya Membuat inovasi terbaru terkait pisang sale.	Membuat sesuatu yang baru dari bagian pisang sale dan tetap membuat varian rasa original seperti biasa.	Membuat inovasi yang terbaru terkait pisang sale baik bentuk maupun varian rasanya.
2.	Apakah <i>stakeholder</i> sudah menjalankan fungsinya dengan baik.	Minimnya koordinasi antar <i>stakeholder</i> .	Belum ada <i>stakeholder</i> menjalankan Fungsinya dengan baik.	Masih banyak <i>stakeholder</i> yang berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri.	Kurangnya koordinasi antar <i>stakeholder</i> .

Tabel 4.6
Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta
Kesimpulan dari Kalangan Komunitas

No.	Pertanyaan	Responden 1 (Indikator)	Responden 2 (Indikator)	Responden 3 (Indikator)	Kesimpulan dan Analisis
Persepsi					
1.	Apa yang anda ketahui tentang pisang sale.	Pisang sale adalah bahan bakunya terbuat dari pisang.	Pisang sale adalah salah satu cemilan favorit bagi masyarakat	Pisang sale memiliki rasa yang manis dan renyah.	Pisang sale adalah bahan bakunya terbuat dari pisang kemudian diiris-

			Aceh.		iris setelah itu dijemur agar tidak basah supaya tahan lama dan salah satu makanan favorit masyarakat Aceh.
2.	Apakah Kab. Aceh Tenggara layak mengelola pisang sale.	Layak, karena Sebagian besar masyarakat mengerti dan memahami cara mengelola pisang sale tersebut.	Layak, karena masyarakat juga sudah lama mengelola pisang sale.	Sangat layak, karena dapat membantu perekonomian masyarakat.	Menurut informan, sangat layak adanya pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara, karena dapat membantu perekonomian masyarakat.
Peran dan Usaha					
1.	Peran apa saja yang sudah anda lakukan untuk pengelola pisang sale.	Memberika masukan kepada pengelola pisang sale terkait dengan pisang sale.	Berupaya membantu pengelola pisang sale.	Memperbaiki fasilitas yang dibutuhkan pada saat mengelola pisang sale.	Menurut pengusaha telah memberikan fasilitas yang terbaik pada saat mengelola pisang sale.

Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat					
1.	Jelaskan apa factor pendukung pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara.	Bahan baku membuat pisang sale mudah untuk didapatkan.	Pengelola pisang sale sudah ahli dalam mengelola pisang sale.	Membantu pengelola pisang sale dalam memasarkan pisang sale.	Bahan baku mudah didapatkan dan juga sangat membantu perekonomian keluarga.
2.	Jelaskan faktor-faktor penghambat	Memasarka pisang sale masih bersifat tradisional.	Alat pisang sale belum ada yang mengikuti perkembangan zaman melainkan hanya sebatas Alat tradisional.	Kurangnya pengetahuan pelaku pengelola pisang sale terhadap pengaplikasian teknologi untuk mengelola dan memasarkan pisang sale.	Kurangnya pengetahuan pelaku pengelola pisang sale akan teknologi sesuai dengan perkembangan zaman saat ini.
Sinergisitas Stakeholder					
1.	Bagaimana kerja sama <i>stakeholder</i> .	Di antara merancang untuk kedepannya membuat varian rasa untuk pisang sale.	Di antaranya membuat inovasi terbaru terkait pisang sale.	Membuat sesuatu yang baru dari bagian pisang sale dan tetap membuat varian rasa original seperti biasa.	Membuat inovasi yang terbaru terkait pisang sale baik bentuk maupun varian rasanya.

2.	Apakah <i>stakeholder</i> sudah menjalankan fungsinya dengan baik.	Minimnya Koordinasi antara <i>stakeholder</i> .	Belum ada <i>stakeholder</i> menjalankan fungsinya dengan baik.	Masih banyak <i>stakeholder</i> yang berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri.	Kurangnya koordinasi antara <i>stakeholder</i> .
----	--	---	---	---	--

9. Model Pengembangan Usaha pisang Sale di Kab. Aceh Tenggara

Belum adanya regulasi yang jelas ditingkat kementerian dan pemerintah bagi *stakeholder* dalam pengembangan UMKM pengelola pisang sale. Inilah yang menyebabkan pengambil kebijakan yang berada pada daerah tersebut merasa bimbang dalam pengambilan keputusan yang baik serta pasti dalam pengembangan UMKM pengelola pisang sale.

Terkait masalah pemasaran, menurut para *stakeholder* Kab. Aceh Tenggara masih belum maksimal untuk melakukan promosi pada pisang sale. Selain itu, iklan maupun *flayer* yang menegaskan bahwa Kab. Aceh Tenggara jadi salah satu pisang sale yang terenak, terbaik dan terlaris di dunia masih belum ada, promosinya dilakukan dengan cara yang biasa saja. Inilah yang semakin menguatkan kalau Kab. Aceh Tenggara belum *all out*. Untuk itu, solusinya ialah *stakeholder* khususnya pemerintah sudah sewajarnya untuk memperlihatkan jati dirinya sebagai pengelola pisang sale Kab. Aceh Tenggara di dunia. Hal ini dilakukan, supaya semuanya mengetahui baik di dalam ataupun luar negeri, kalau Kab. Aceh Tenggara memfokuskan serta memberikan dukungan penuh terhadap penyelenggaraan pengelola pisang sale pada daerahnya. Kemudian, agar aksesnya mendapatkan dukungan, para *stakeholder* wajib berusaha dengan kuat tenaga supaya jalur udara dibanyakkan serta dilengkapi.

Model *Quadruple Helix* belum bisa dilaksanakan dengan maksimal dalam pengembangan UMKM pengelola pisang sale di Kab. Aceh Tenggara, karena belum jelasnya definisi dan konsep pengembangan UMKM pengelola pisang sale di kalangan *stakeholder*. Kemudian, permasalahan regulasi yang belum terlihat kejelasannya serta memiliki penegak hukum yang belum juga membentuk *stakeholder* utama yakni pemerintah daerah merasakan keraguan untuk menjalankan pengembangan UMKM pengelola pisang sale pada daerah sekitarnya. Pada konsep *Quadruple Helix*, seluruh *stakeholder* memiliki peranan aktif. Sedangkan pada konsep negara Indonesia, pemerintah daerah sebagai *leader*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian serta pembahasan yang telah dijelaskan yakni:

1. Terdapat cara tersendiri untuk mengetahui kemana arah *stakeholder* pada sebuah tujuan untuk pengelola pisang sale. Tidak hanya sebatas kualitas pisang sale akan tetapi juga persepsi terhadap kebersihan, estetika yang berhubungan pada kondisi pisang sale. Akademisi dan pemerintah sudah membantu pihak pengelola pisang sale, mesti belum berjalan dengan lancar. Harapan dari pelaku bisnis untuk kedepannya agar mendapat perhatian khusus dari pemerintah dan masyarakat luas untuk pengembangan pisang sale ini kedepannya.
2. Peran serta usaha *stakeholder Quadruple Helix* untuk melakukan pengembangan usaha pisang sale pada Kab. Aceh Tenggara telah dilakukan cukup baik serta sesuai dengan tugas pokoknya masing-masing. Contohnya, Akademisi, perannya sebagai mendukung untuk memasarkan pisang sale kepada masyarakat dan akademisi juga mempromosikan pisang sale di sosial media. Karena pelaku usaha pisang sale keterbatasan memiliki hp android. Pemerintah yang berperan yaitu Kantor Dinas UKM dan Koperasi dengan mengutuskan pengelola pisang sale ke Banda Aceh apabila ada pelatihan, tujuannya adalah pada saat di Banda Aceh pengelola pisang sale diajarkan bagaimana memasak pisang sale agar renyag, membungkus pisang sale dengan cara cepat dan tepat. Bisnis berperan turut memberikan kualitas produk terbaik kepada masyarakat dan membuat ide-ide ataupun inovasi varian rasa pisang sale untuk kedepannya.
3. Faktor pendukung yaitu bahan baku mudah untuk didapatkan, pengelola pisang sale sudah ahli dalam mengelola pisang sale, terdapat dukungan dari pemerintah dalam pengembangan usaha pisang sale di Kab. Aceh Tenggara.
4. Penghambat dalam pengembangan usaha pisang sale ini masih rendahnya pengetahuan masyarakat tentang usaha pisang sale baik itu didalam kalangan

stakeholder sendiri maupun dikalangan masyarakat luas, sulit mendapatkan permodalan untuk mengembangkan usaha pisang sale, masih menggunakan alat tradisional saat memproduksi pisang sale di Kutacane, Kab. Aceh Tenggara.

5. Terkait masalah sinergitas *stakeholder* dalam pengembangan usaha pisang sale di Kab. Aceh Tenggara, tidak terdapat persepsi, visi, kerja sama serta koordinasi antara *stakeholder* menyebabkan usaha pisang sale yang dikembangkan di Kab. Aceh Tenggara jadi jalan di tempat (stagnan). Saat ini diperlukanlah tindakan yang nyata dari pemerintah sebagai *leading sector*, untuk membentuk tim bersama antara *stakeholder* serta melakukan perumusan terhadap inovasi yang dapat membuat visi maupun persepsi antara *stakeholder* menyatu. Dengan begitu, akan timbul kerja sama serta koordinasi yang sinkron dan tepat sesuai harapan untuk mengembangkan usaha pisang sale.

B. Saran

Untuk melakukan peningkatan pada pengembangan usaha pisang sale di Kab. Aceh Tenggara, perlu dilakukan evaluasi yang mendalam. Hal ini dikarenakan walaupun semuanya meyakini kalau Kab. Aceh Tenggara bisa ataupun mampu menjalankan konsepnya bagi pengelola pisang sale. Begitu pula penulis, pada penelitian ini masih banyak didapati kekurangan yang sekiranya nanti dapat dijadikan bahan ketika ingin meneliti pisang sale lagi di Kab. Aceh Tenggara. Berikut ini saran penulis pada peneliti ini:

1. Pada penelitian ini, penulis memperoleh ilmu pengetahuan maupun pengalaman selama melakukan penelitian. Kekurangan pada penelitian yang penulis temukan ialah kurangnya responden ataupun informan yang representatif mewakili *stakeholder*, saran penulis untuk penelitian selanjutnya ialah diharapkan untuk memberikan tambahan informan pada masing-masing *stakeholder* hingga mendapatkan hasil yang maksimal.
2. Peranan *stakeholder* dari sisi perilaku serta manajemen sumber daya manusia supaya *stakeholder* mempunyai visi yang serupa supaya pengembangan usaha pisang sale di Kab. Aceh Tenggara dapat ditingkatkan. Pentingnya persepsi yang sama mengenai keunggulan, potensi, serta prioritas dalam

mengembangkan usaha pisang sale di Kab. Aceh Tenggara. Peranan pemerintah Kab. Aceh Tenggara yakni membuat komunikasi yang intens dan serta melakukan koordinasi dengan *stakeholder* lainnya.

3. Usaha pisang sale yang dikembangkan membutuhkan rencana yang telah terintegrasi serta kerja sama seluruh pihak, setiap *stakeholder* harus tahu perannya maupun kegunaannya untuk mendukung pengembangan usaha pisang sale. Pengembangannya memerlukan keterkaitan ataupun komitmen yang baik dari lembaga eksekutif serta legeslatif agar rencana maupun pelaksanaannya di lapangan mendapat dukungan dari aturan, kebijakan maupun anggaran yang jelas dan memadai serta sumber daya manusia yang mempunyai kualitas (lebih kreatif ataupun inovatif).
4. Pentingnya meningkatkan kualitas sumber daya manusia maupun rencana untuk mengembangkan usaha pisang sale yang mempunyai integrasi serta kerja sama seluruh pihak, supaya seluruh pihak yang terlibat dapat tahu peranan serta kegunaannya masing-masing untuk memberikan dukungan pengembangan usaha pisang sale.
5. Program dalam mengembangkannya maupun sosialisasi yang seharusnya dilaksanakan untuk membuat *branding* pisang sale. Sosialisasinya diharapkan menuju kepada pendekatan *community based tourism* dengan berpedoman kepada perubahan *mind set* pisang sale yakni dari *top down* kepada keterkaitan maupun keikutsertaan seluruh *stakeholder*.

DAFTAR PUSTAKA

- ‘Abd al-‘Aṭi, Muhammad Muhammad Ali, 2007, *Al-Maqāṣid asy-syari‘ah wa Asaruha Fi al-Fiqh al-Islami* Kairo: Dar al-Ḥadis.
- Alfit Nuryulia Praswati, Perkembangan Model Helix dalam Peningkatan Inovasi, Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017, ISBN: 978-602-361-067-9.
- Anggraini dan Nasution, 2013, “Pengembangan UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI)”, *Jurnal Ekonomi*.
- Anggraini, Rachmasari, 2018, “*Maqāṣid al-Sharī‘ah* sebagai Landasan Dasar Ekonomi Islam, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*”, Vol. 9, No. 2.
- Arikunto Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Aneka Cipta.
- Auda Jasser, 2008, *Membumikan Hukum Islam melalui Maqashid Syariah*, Bandung, Mizan.
- Aziz Abdul dalam Burhan Bungin, 2005, *Analisis Data Penelitian Kualitatif, Edisi Pertama*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bank Indonesia. 2011. *Five Finger Philosophy: Upaya Memberdayakan UMKM*, (online), (<http://www.bi.go.id/web/id/UMKMBI/Koordinasi/Filosofi+Lima+Jari/>). Diakses 24/01/2021.
- Chapra Umar, 2008, *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqashid Syariah*, London: The International Institute of Islamic Thought.
- Creswell John W., 2003, *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. Second edition*, Nabraska University Of Nebraska, Sage Pubiication.
- Dana Syahputra Barus, 2018, Strategi Pengembangan *Digital Entrepreneurship Usaha_Mikro_Kecil Menengah (UMKM)* dengan_menggunakan Model *Penta Helix*.
- David, 2006, *Strategic Management*. New Jersey. Prentice Hall.
- Djakfar, Muhammad, Revitalisasi dan Aktualisasi Nilai-nilai Riligiuitas untuk Mewujudkan Ekonomi *Triple Helix* yang Berkeadaban, *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maliki Malang*.

- Fauzia Ika Yunia dan Riyadi Abdul Kadir, 2014, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Firdaus, Achmad, 2017, *Masalah Performa (MAP) Sistem Manajemen Kinerja Berbasis Masalah*, Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Harhap, Isnaini, 2016, Analisis Dampak Penerapan Perbankan Syariah Terhadap Sektor UMKM di Sumatera Utara, Disertasi.
- Hartono, Deny Dwi Hartomo, 2014 “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta”, *Jurnal Bisnis & Manajemen* Vol. 14, No. 1.
- Ibnu Manshur al-Afriqi, Lisan al-‘Arab, Beirut: Dar al- Shadr VIII.
- Imani, Safarinda, 2019, Analisis Kesejahteraan Maqashid Syariah pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan- Volume 4 Nomor,1.
- Irawan Prasetya. 2006 Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial Jakarta: DIA FISIP UI.
- Kavaratzis M. Ashworth Gj, 2007, Partner in Coffeshop, Canal and Commerce: Marketing in city of Amsterdam, Elsevier, Cities, Vol. 24 No 1.
- Kirk, j., dan Miller, M.L. 2013, *Reliability and Validity in Qualitative Research* (Beverly Hills: Sage Publications, 1986). H. 9. Lihat juga Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet. 31, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Kotler, P, Bowen, J & Makens, 2006, *J. Marketing for Hospitality and Tourism (4d ed)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Munawwir, 1984 Kamus Al-Munawwir, Yogyakarta: Pustaka Progressif.
- Najiyati, Sri dan .R Topo Susilo, 2011, “Sinergisitas Instansi Pemerintah dalam Pembangunan”. *Jurnal Ketransmigrasian*, Vol. 28, No. 2.
- Palmer, A. J. And R. Mayer, 1996, “Relationship Marketing: A New Paradigm for the Trave and Tourism Sector?” *Journal of Vaction Marketing*, Vol. 2, No.4.
- Park, H.W. 2013. *Transition from the Triple Helix to N-Tuple Helices? An Interview with Elias G. Carayannis and David F.J. Campbell*. Budapest, Hungary: Akademiai Kiado (online).
- Pearce, John A dan Robinson, Richard B. 2003, *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. New York: McGraw Hil.

- Porter, Michael E, 2004. *Keunggulan Bersaing*, .Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- Porter. 1976, “How Competitive Forces Shape Strategy”, *Harvard Business Review*, Vol.57, No.2.
- Porter. 1980, *Competitive strategy resource based view: Techniques for analyzing industries and ompetitors*, New York: The Free Press, 1980.
- Putri, dkk, 2015 “Pemanfaatan Jenis-Jenis Pisang Sale (Banana dan Plantain) Lokal Jawa Barat Berbasis Produk Sale dan Tepung”, *Junal Ekonomi*.
- Rahmat Tufiq Dwi Jatmika, 2016, “Masalah yang Dihadapi Usaha Kecil Menengah di Indonesia,”, *Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, Vol. II, Edisi 6, Juli-Desember/1438 H, ISSN: 2301-7538.
- Ritchie dkk, *Designing and Selecting Samples*, in J Ritchie dan J Lewis (eds) *Qualitative Research Practice: a Guide for Social Scince Student and Researchers*, London: Sage Publication.
- Samina dan Dody, 2020, Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Pisang pada UMKM Keripik Tiga Bujang di Kota Pontianak. *JSEP*, Volume 16, No..2.
- Sarwono Jonathan, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&d*, Bandung: Alfabeta.
- Seisdesos G, 2017, *State Of Art of City Marketing in Europian Cities, 4s nd IsoCaRP Congress. 2006*, Andalas University.
- Suci Yuli Rahmini, 2017, “Pekembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia)”, *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 6 No.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif , dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulistyo, “Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dengan Basis Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang”, *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*.
- Syahbudi Muhammad, dkk, 2020, *UMKM dan Digital Entrepreneurship: Sebuah Riset dengan Model Penta Helix*, Strategi Pengembangan UMKM di Sumatera Utara, Depok: Rajawali Pers Divisi Buku Perguruan Tinggi.
- Syahrial Murah, 2020 *Disertasi Model Helix dalam Pengembangan Parawisata Halal di Sumatera Barat*.

Tambunan, Tulus T.H., 2012, Peran Usaha Mikro dan Kecil dalam Penentasan Kemiskinaan di Daerah, *Jurnal Bina Praja*, Volume 2 No. 2.

Undang-Undang Tahun 2008 tentang UMKM.

Wawancara dengan Bapak Satumin, sebagai staff di Kantor Dinas Perdagangan dan Industri di Kab. Aceh Tenggara.

Wawancara dengan pengelola pisang sale yang kedua, Ibu Eli Tanggal 5 Juni 2020.

Zaid, Mustafa, 1964, *Al -Maslahah Fi Tasyri' al-Islami wa Najm ad-Din at-tufi*, cet. 2 Kairo: Dar al Fikr al-'Arabi.

Zul Asfi Arroyhan Daulay, 2018, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)", *Jurnal Tansiq*, Vol. 1 No 2.

Data UMKM Dinas Koperasi, <http://datakumkm.acehprov.go.id/index.php/umkm>, diakses 22/01/2021.

Data UMKM Dinas Koperasi, <http://datakumkm.acehprov.go.id/index.php/umkm>, diakses 22/01/2021.

<http://acehtenggarakab.go.id/halaman/peta-dan-topografi>, diakses tanggal 28/01/2021.

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Aceh_Tenggara#Ekonomi, Diakses pada tanggal 02/02/2021.

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Aceh_Tenggara#Geografi, Diakses tanggal 28/01/2021.

<https://www.bps.go.id/> diakses 24/01/2021.

https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/1104/api_pub/38/da_01/1, diakses tanggal 28/01/2021.

https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/1104/api_pub/38/da_01/1, Diakses tanggal 02/02/2021

<https://www.sipendik.com/cara-membuat-sale-pisang-manis-dan-renyah-sederhana/>, diakses pada tanggal 27 Januari 2020.

Jumlah pelaku UMKM di 2018 diprediksi mencapai 58,97 juta orang,
<https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>, Diakses 24/01/2021

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia,
<http://www.depkop.go.id/data-umkm>, diakses 22/01/2021.

[news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang](https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang),
<https://keuangan.kontan.co.id>, diakses 23/01/2020.

Tahun /Berita/0-Kriteria-Usaha-Mikro-Kecil-dan-Menengah-Menurut-UU-No-20-
-2008-tentang-UMKM, <http://bumn.go.id/jamkrindo>
<http://bumn.go.id/jamkrindo>, diakses 23/01/2020.

[umkm-di-aceh-tidak-berkembang-ini-penyebabnya,/ /2018/06/28/](#), diakses
23/01/2019.

CURICULUM VITAE

A. Biodata Pribadi

1. Nama : Ulfa Yolanda
2. Jenis kelamin : Perempuan
3. Tempat & Tanggal Lahir : Kutacane, 25 Desember 1995
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Tinggi Badan : 160 cm
6. Agama : Islam
7. Alamat : Jl. Cut Nyak Dhin, Kutacane, Kab. Aceh Tenggara
8. Nomor Hp : 085371026777
9. Email : ulfayolanda25@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan	Tahun
Raudhatul Anfal	2000 - 2001
MIN Kutacane	2001 - 2007
Mts Bustanul Ulum Langsa	2007 - 2010
MA Bustanul Ulum Langsa	2010 - 2013
UIN Sumatera Utara	2013 - 2017