

BAB II

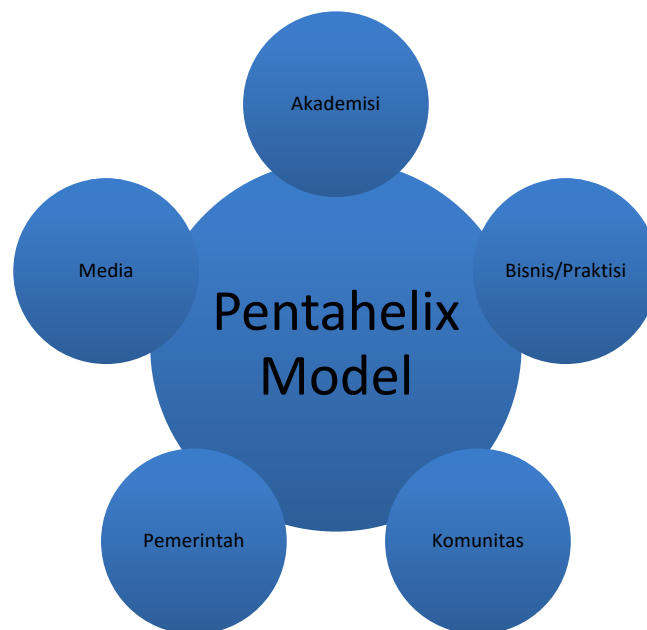
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pentahelix

2.1.1.1 Pengertian *Pentahelix*

Pentahelix adalah sebuah model inovatif pengembangan dari model *QuadrupleHelix* yang menghubungkan Akademisi, praktisi/bisnis, Komunitas, Pemerintah dan Media untuk menciptakan ekosistem berdasarkan kreatifitas dan pengetahuan, dimana yang diharapkan dari konsep ini adalah sebuah solusi untuk pengembangan kreatifitas, inovasi dan teknologi pada industry kreatif.



Gambar 2.1

Model Penta helix

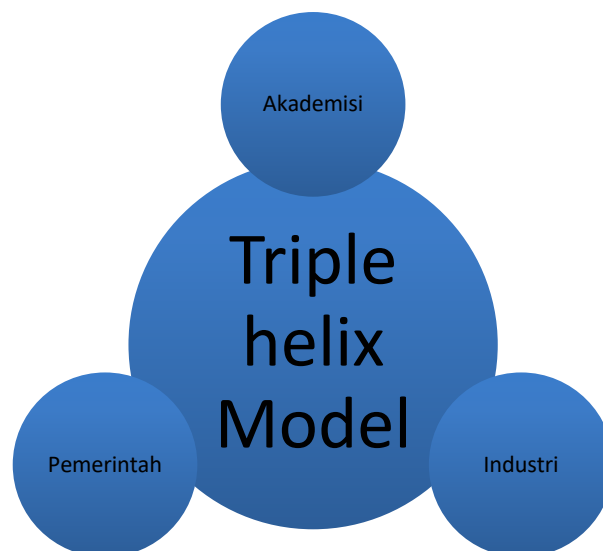
Unsur Penta Helix ini semula berupa Triple Helix dengan unsur-unsur Academics, Business Sector, Government, yang kemudian ditambahkan dengan satu unsur, *Civil Society* (atau Communities dalam penelitian ini), menjadi Quadruple Helix, untuk mengakomodasi perspektif masyarakat, dalam hal ini merupakan “masyarakat berbasis media dan budaya” yang juga telah menjadi bagian menyeluruh dari inovasi di Abad-21 ini. Lebih jauh lagi, unsur Communities membuka peluang konfigurasi dan jejaring lintas disiplin, serta membebaskan konsep “inovasi” dari sekedar pertimbangan dan tujuan ekonomi, melainkan juga melibatkan kreativitas sebagai bagian dari proses produksi pengetahuan dan inovasi (Muhyi, Chan, Sukoco, & Herawaty, 2017, p. 417)

2.1.1.2 Sejarah Perkembangan Pentahelix

Sejarah perkembangan konsep sinergitas dimulai dengan gagasan triple-helix yang diadopsi dari teori Etzkowitz & Leydesdorff pada tahun 2000. Konsep triple helix ini menitikberatkan adanya relasi antara universitas, industri dan pemerintah. Pada tahun 2014, Lindberg mengembangkan konsep baru yang disebut quadruple helix dengan menambahkan elemen masyarakat local sebagai pelengkap konsep triple-helix yang sudah duluan berkembang. Sedangkan konsep pentahelix diusulkan oleh Riyanto pada tahun 2018 dengan mengikutsertakan media yang saat ini peranannya sangat signifikan dalam mengembangkan modal sosial pembangunan.

1. Triple Helix

Ranga dan Etzkowitz (2013) memperkenalkan konsep sistem Triple Helix sebagai konstruksi analitis yang mensintesis fitur-fitur utama Triple Helix interaksi dengan pendekatan sistem inovasi. Sistem Triple Helix adalah ditopang oleh tiga aspek utama yaitu komponen dalam sistem, relasi antara komponen, dan fungsi sistem. Komponen dasar terdiri dari lingkungan kelembagaan universitas, industri, dan pemerintahan. Menurut Tatang Suheri, Selfa Septiani Aulia (2017) Konsep triple helix tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Etzkowitz (2008) bahwa perkembangan inovasi di sebuah wilayah diciptakan dari adanya kolaborasi antara pemerintah, intelektual dan pelaku usaha.



Gambar 2.2

Model Triple helix

Penta helix merupakan perluasan dari strategi triple helix dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat maupun lembaga-lembaga non profit dalam rangka mewujudkan inovasi. Melalui kolaborasi sinergis tersebut diharapkan terwujud suatu inovasi yang didukung oleh berbagai sumberdaya yang berinteraksi secara sinergis. Triple Helix diperkenalkan pertamakali pada tahun 1995, Etzkowitz dan Leydesdorff memperkenalkan model Triple Helix dengan unsur Academics, Business Sector, dan Government.³¹ Aktor yang bertanggung jawab untuk menciptakan inovasi adalah bidang Industri. Aktor yang bertanggung jawab untuk menciptakan pengetahuan yaitu bidang Universitas. Kemudian berinteraksi dengan bidang ketiga yaitu Pemerintah. Ketiganya bekerjasama melalui pendekatan top-down agar tercipta inovasi yang dapat meningkatkan kondisi perkonomian suatu negara.

Triple Helix Kemudian dikembangkan lagi dengan yang ditambahkan dengan satu unsur, Civil Society atau komunitas yang menjadi Quadruple Helix, untuk mengakomodasi perspektif masyarakat. konsep quadruple helix dikembangkan dengan mempertahankan interaksi dari triple helix model (jaringan iptek antara perguruan tinggi, industri, dan pemerintah) serta melibatkan masyarakat sipil secara utuh dalam sistem.³² Indonesia sendiri model Quadruple Helix ini kemudian ditambahkan satu unsur lagi yaitu Media yang kemudian menjadi pelengkap Unsur pentahelix karena dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, Media (baik media konvensional maupun media sosial) memegang peran signifikan meskipun tetap merupakan elemen yang independen atau tidak langsung terpengaruh oleh unsur-unsur yang lainnya dalam melaksanakan bagian atau

fungsinya. Berdasarkan beberapa penjelasan diatas maka bisa disimpulkan bahwa Penta Helix adalah model Inovasi yang diggunakan dalam rangka untuk meningkatkan atau mengambangkan tingkat perekonomian suatu negara atau daerah yang didalamnya melibatkan lima stakholder yaitu pemerintah, pembisnis (swasta), media, akademika dan komonitas dimana kelima unsur tersebut mempunyai masing-masing peran dan pengaruh yang cukup besar apabila digabungkan dalam suatu kolaborasi dengan tujuan tertentu akan mendapat hasil yang lebih bagus dan maksimal.

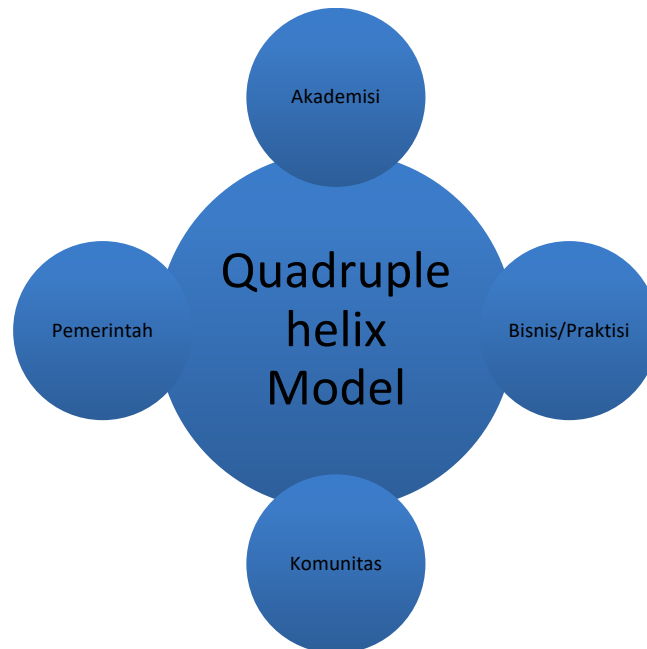
1. Quadruple Helix

Konsep Quadruple Helix (QH) adalah yang tidak mapan dan banyak digunakan dalam penelitian inovasi dan kebijakan inovasi. Namun, dalam menganalisis literatur inovasi, kami sampai pada kesimpulan bahwa ada berbagai konsepsi yang dapat disebut sebagai jenis konsepsi inovasi QH. Beberapa dari mereka sangat dekat dengan konsep TH, beberapa dari mereka menyimpang lebih radikal darinya dan banyak dari mereka berada di antara dua ekstrim ini. Apa yang umum untuk semua jenis konsepsi inovasi QH adalah mereka semua telah memasukkan beberapa kelompok keempat pelaku inovasi ke dalam model TH.

Beberapa berpendapat bahwa itu adalah organisasi pilar ke-4 yang membuat hubungan antara organisasi Triple Helix yang harus dimasukkan dalam model inovasi TH (Liljemark 2004). Beberapa orang menyebut pilar ke-4 atau organisasi perantara ini sebagai organisasi yang memungkinkan inovasi (Liljemark 2004). Mereka bertindak sebagai broker dan penggiat jejaring di antara organisasi-

organisasi TH. Pendekatan pilar ke-4 ini hanya satu langkah kecil di luar model Triple Helix dan sangat mirip dengan konsep sistem inovasi yang disajikan sebelumnya.

Model quadruple helix dapat dilihat sebagai penyempurnaan dari perspektif triple helix yang tidak hanya berfokus pada aktor dari akademisi, pemerintah, dan industri, tetapi juga mengakui peningkatan peran yang dimainkan oleh masyarakat sipil (Leydesdorff 2012). Bagian utama dari literatur, sejauh ini, setuju bahwa penting untuk memperluas model heliks rangkap tiga dengan heliks keempat, tetapi ada beberapa kebingungan mengenai terdiri dari apa heliks keempat ini (Carayannis dan Rakhmatullin 2014; Høglund dan Linton 2018; Nordberg 2015). Misalnya, Carayannis dan Campbell (2012) mengkonseptualisasikan heliks keempat sebagai media, budaya, dan masyarakat sipil, dengan alasan bahwa heliks keempat berpusat pada manusia dan berfokus pada pengetahuan demokratis, dan mendukung seni, penelitian artistik, dan seni- berbasis Inovasi (Carayannis dan Campbell 2014). Demikian pula, Kriz, Bankins, dan Molloy (2018) mengambil perspektif pengguna akhir dari heliks keempat termasuk, misalnya, anggota publik yang tertanam dalam struktur seni dan budaya suatu komunitas. Demikian pula, Nordberg (2015) berpendapat bahwa heliks keempat secara umum didefinisikan sebagai nilai, budaya, dan latar belakang umum untuk proses inovasi. Ivanova (2014) juga membahas tentang aspek budaya tetapi dari pendekatan sistem yang berfokus pada infrastruktur, dengan alasan bahwa model quadruple helix tidak hanya ditujukan kepada konsumen tetapi juga infrastruktur media massa, TV, radio, internet, dan kemungkinan sarana massa lainnya.



Gambar 2.3

Model Quadruple helix

Jenis Quadruple Helix dari kegiatan inovasi memungkinkan berbagai inovasi yang lebih besar daripada model Triple Helix. Jenis Triple Helix dari kegiatan inovasi berfokus pada menghasilkan inovasi teknologi tinggi berdasarkan teknologi terbaru dan pengetahuan penelitian. Karena itu, model Triple Helix dianggap meminjamkan dirinya lebih baik untuk perusahaan teknologi tinggi berbasis sains daripada untuk jenis bisnis lainnya (lihat MacGregor di al. 2009). Tipe Quadruple Helix dari aktivitas inovasi, sebaliknya, dapat fokus pada memproduksi jenis inovasi lainnya dan menerapkan teknologi yang ada dan pengetahuan riset dan pengetahuan pengguna juga. Bagi UKM, peningkatan empat

kali lipat dan jenis kegiatan inovasi yang berorientasi pengguna dapat membuka kemungkinan baru untuk berpartisipasi dalam kegiatan inovasi, seperti juga jenis UKM lainnya yang dapat berpartisipasi daripada hanya yang berbasis ilmu pengetahuan atau perusahaan yang memiliki perusahaan berbasis ilmu pengetahuan sebagai klien . Perwakilan dari pendekatan lab hidup, misalnya, bahkan berpendapat bahwa jenis kegiatan inovasi QH di mana pengguna sangat terlibat dalam kegiatan inovasi dapat membantu UKM untuk mempersingkat waktu inkubasi dan untuk mengelola dan meminimalkan risiko yang terkait dengan pengembangan produk dan layanan baru (Santoro & Conte 2009). Jenis kegiatan inovasi ini juga diyakini menarik bagi UKM, organisasi mikro dan pemula, yang biasanya memiliki masalah dalam memperoleh modal ventura.

Banyak penulis telah menunjukkan bahwa kemungkinan pengembangan UKM sangat tergantung pada seberapa baik mereka dapat melibatkan pengguna dalam kegiatan inovasi mereka. Karena TH dapat dilihat sebagai cara sistematis untuk mengejar inovasi yang didorong oleh penelitian / teknologi, juga QH dapat dilihat sebagai cara sistematis untuk mengejar inovasi yang berorientasi pada permintaan atau pengguna. Quadruple Helix adalah konsep yang sangat luas dan multidimensi mengacu pada berbagai kegiatan dan aktor. Tampaknya lebih masuk akal untuk mempertimbangkan QH sebagai sebuah kontinum atau bahkan sebagai ruang daripada sebagai model tunggal. Oleh karena itu bisa lebih bermakna untuk berbicara tentang model QH daripada model QH.

2.1.2 Inovasi

2.1.2.1 Pengertian Inovasi

Inovasi merupakan setiap ide atau pun gagasan baru yang belum pernah ada atau pun diterbitkan sebelumnya.. Sebuah inovasi biasanya berisi terobosan-terobosan baru mengenai sebuah hal yang diteliti oleh sang inovator (orang yang membuat inovasi). Inovasi biasanya sengaja dibuat oleh sang inovator melalui berbagai macam aksi atau pun penelitian yang terencana. Seseorang yang biasa melakukan inovasi disebut juga seorang yang Inovatif sedangkan sang penemu gagasan disebut dengan Inovator Seseorang yang inovatif akan selalu berupaya melakukan perbaikan, menyajikan sesuatu yang baru/unik yang berbeda dengan yang sudah ada. inovatif juga merupakan sikap penting bagi yang hendaknya dimiliki oleh seorang wirausahawan. Wirausahawan yang slalu melakukan inovasi dalam usahanya. Maka keuntungan dan kesuksesan akan ia dapat. Inovatif merupakan implikasi dari karakteristik wirausahawan yang mampu membawa perubahan pada lingkungan sekitarnya. Inovatif secara tidak langsung menjadi sifat pembeda antara wirausahawan dengan orang biasa, maupun pengusaha.

Pengertian Inovasi Menurut Para Ahli adalah sebagai berikut

1. Kuniyoshi Urabe

Menurut Kuniyoshi Urabe, inovasi merupakan setiap kegiatan yang tidak bisa dihasilkan dengan satu kali pukul, melainkan suatu proses yang panjang dan kumulatif, meliputi banyak proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan gagasan hingga ke implementasi nya di pasar.

1. Van de Ven, Andrew H.

Menurut Van de Ven, Andrew H., pengertian inovasi adalah pengembangan dan implementasi gagasan-gagasan baru oleh orang dalam jangka waktu tertentu yang dilakukan dengan berbagai aktivitas transaksi di dalam tatanan organisasi tertentu.

2. Everett M. Rogers

Menurut Everett M. Rogers, inovasi merupakan sebuah ide, gagasan, ojek, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau pun kelompok tertentu untuk diaplikasikan atau pun diadopsi.

3. UU No. 19 Tahun 2002

Menurut UU No. 19 Tahun 2002, pengertian inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan atau pun perekayasaan yang dilakukan dengan tujuan melakukan pengembangan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau pun cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada ke dalam produk atau pun proses produksinya.

4. Menurut Stephen Robbins (1994)

Mendefinisikan, inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa.

5. Menurut Everett M. Rogers

Mendefinisikan bahwa inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi.

1.1.2.2 Ciri dan Karakteristik Inovasi

Setiap inovasi yang dihasilkan oleh seorang Inovator memiliki ciri dan karakteristiknya masing-masing, hal inilah yang dapat membedakan Inovasi yang satu dengan yang lainnya. Berikut ini terdapat beberapa ciri-ciri inovasi, terdiri atas:

1. **Memiliki Kekhasan/Khusus** artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan
2. **Memiliki ciri atau unsur kebaruan**, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar Orsinalitas dan kebaruan
3. **Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana**, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang yang tidak tergesa-gesa, namun keg-inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.
4. **Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan**, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

2.1.2.3 Karakteristik Inovasi

Inovasi bukan hanya menciptakan sesuatu yang baru, namun juga memiliki karakteristik tertentu sehingga suatu produk layanan atau proses merupakan dapat dikatakan sebagai inovasi. LRogers (1983) mengemukakan lima karakteristik inovasi:

1. **Keunggulan relative (relative advantage)**

Keunggulan relative adalah derajat di mana suatu inovasi dianggap lebih baik/unggul dari yang pernah ada. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, dan kepuasan.

2. **Kompatibilitas (compatibility)**

Kompatibilitas adalah derajat di mana inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh, jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah.

3. **Kerumitan (complexity)**

Kerumitan adalah derajat di mana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami oleh pengadopsi, semakin cepat suatu inovasi dapat diterima.

4. **Kemampuan diujicobakan (trialability)**

Kemampuan untuk diuji cobakan adalah derajat di mana suatu inovasi dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diujicobakan dalam setting sesungguhnya, umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi, agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulan.

1. **Kemampuan untuk diamati (observability)**

Kemampuan untuk diamati adalah derajat di mana hasil suatu inovasi dapat dilihat orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau kelompok orang tersebut mengadopsi.

2.1.2.4 Jenis-Jenis Inovasi

Berikut ini beberapa Jenis Inovasi menurut Fungsinya :

1. **Penemuan**

Kreasi suatu produk, jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini cenderung disebut revolusioner. Contohnya, penemuan pesawat terbang oleh Wright bersaudara, telepon oleh Alexander Graham Bell

2. **Pengembangan**

Pengembangan suatu produk, jasa, atau proses yang sudah ada. Konsep seperti ini menjadi aplikasi ide yang telah ada berbeda. Misalnya, pengembangan McD oleh Ray Kroc.

3. **Duplikasi**

Peniruan suatu produk, jasa, atau proses yang telah ada. Meskipun demikian duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangkan persaingan. Misalnya, duplikasi perawatan gigi oleh Dentaland.

4. **Sintesis**

Perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru. Misal, sintesis pada arloji oleh Casio.

2.1.2.5 Generasi Inovasi

Banyak perubahan fundamental bagaimana perusahaan menghasilkan ide dan nilai-nilai baru dan membawanya ke pasar selama abad 20. Pada abad ini, dimana model ‘inovasi tertutup’ cukup berhasil meningkatkan kinerja perusahaan. Namun seiring dengan banyaknya penemuan teknologi informasi menjadikan banyak kritikan terhadap model ‘inovasi tertutup’ dan bergerak ke arah model ‘inovasi terbuka’. Perubahan-perubahan ini memberikan dampak perubahan pada dunia akademik di dalam melihat fenomena dan keterkaitan dengan disiplin ilmu yang berbeda semakin terbuka dari pada abad sebelumnya.

Pergerakan perubahan konsep/teori inovasi melahirkan perjalanan melalui regenerasi konsep dan pendekatan. Berikut ini akan dijelaskan perubahan generasi inovasi. Hal ini penting untuk melihat posisi penelitian ini dan pendekatan yang dipakai dalam perjalanan teori inovasi dan metodologinya. Terdapat dua pandangan dalam mengurai generasi model inovasi yaitu diambil dari Davenport (2003) dan Marinova (2003).

Tabel 2.1
Periode Generasi Inovasi

Generasi	Periode	Profil Kunci
Pertama/Kedua	1960-an +	Model linier sederhana–tarikan kebutuhan dan dorongan teknologi
Ketiga	1970-an +	Model coupling, mengenali interaksi antara unsur-unsur yang berbeda dan umpan balik di antara mereka
Keempat	1990-an +	Model paralel, integrasi antar perusahaan, ke hulu dengan pemasok kunci dan ke hilir dengan permintaan dan pelanggan aktif, menekankan pada hubungan dan aliansi
Kelima	2000-an +	Integrasi sistem dan jaringan yang luas, respon untuk penyesuaian dan fleksibel, pengujian dan eksperimentasi terus-menerus

2.1.3 Start Up

2.1.3.1 Pengertian Start Up (Perusahaan Rintisan)

Startup digital adalah sebuah perusahaan rintisan, umumnya disebut dengan startup atau pada pengejaan yang lain disebut start-up, merujuk pada perusahaan yang belum lama beroperasi. Dalam buku *Lean Startup*, Eric Ries mendefinisikan Startup sebagai “a human institution designed to deliver a new product or service under condition of extreme uncertainty”. Dari definisi yang disampaikan oleh Eric Ries, definisi tersebut dapat dibagi menjadi tiga bagian untuk menjelaskan lebih detail mengenai bisnis startup. Sebuah startup dapat berupa individu/perorangan atau pun perusahaan, kedua, ” *to deliver a new product or service*”, Bahwa sebuah startup didirikan oleh perseorangan ataupun perusahaan dalam rangka untuk menjual jasa atau produk yang baru dan ketiga, “*under conditions of extreme uncertainty*” yang arti dari penggalan ini adalah bahwa perusahaan startup adalah perusahaan yang baru saja didirikan yang menghadapi kondisi ketidakpastian yang sangat tinggi, apakah akan sukses atau kah gagal (Hendry E. Ramdhan.2016:18).

2.1.3.2 Karakteristik Startup

Dalam Rachmat, Nurcahyo (2018) mengatakan perusahaan rintisan adalah organisasi pada fase awal. Jenis organisasi ini memiliki beberapa karakteristik; karakteristik tersebut

Diklasifikasikan ke dalam 4 dimensi: Organisasi (karakter organisasi start up), Kepemilikan (karakteristik pemilik, pengambilan keputusan, dan

pengawasan), Strategi & Inovasi, dan Keuangan. Daftar ini dibangun dari literatur sebelumnya, karakteristik yang mirip dikelompokkan menjadi satu.

Tabel 2.2
Dimensi Karakteristik

Dimensi	Karakteristik
Organisasi	Organisasi skala kecil
	Berumur muda
	Lingkungan Homogen
	Struktur Informal
	Terpusat
Kepemilikan	Pemilik-Manager
	Supervisi Langsung
Strategi & Inovasi	Strategi pemasaran Khusus
	Lebih memilih keputusan beresiko dibandingkan yang aman
	Inovasi yang cepat
	Kurangnya Penelitian Produk

Finansial	Pendanaan dari Tabungan Pribadi ataupun Kerabat
-----------	--

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan **Sinergi Pentahelix dalam peningkatan Inovasi Startup Digital Kota Cimahi** Sebagai berikut:

Tabel 2.3
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitian	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Herwan Abdul Muhyi (2017)	model pentahelix dalam sinergi pariwisata di idonesia untuk pemberdayaan perekonomian lokal : studi literatur	Ditemukannya model kemitraan integratif antara pemangku kepentingan dalam mengimplementasikan fitur di pusat-pusat industri yang sedang berkembang di Bandung.	Menggunakan variabel pentahelix	Penelitian terdahulu menggunakan objek Flagship Industri di kota bandung

2.	Artin Bayu Mukti (2020)	model pentahelix dalam sinergi pariwisata di indonesia untuk pemberdayaan perekonomian lokal : studi literatur	menyimpulkan sementara, bahwa kondisi masing-masing pariwisata di Indonesia satu sama lainnya berbeda. Perbedaan-perbedaan ini dapat ditinjau kembali untuk menemukan sinergi apa yang harus berjalan bersama secara teknis operasional dalam bentuk koordinasi dan kolaborasinya dalam klasifikasi destinasiya.	Menggunakan variabel Pentahelix	Penelitian terdahulu menggunakan Pariwisata sebagai objek
3.	Mochamad Rozikin (2019)	kolaborasi antar stakeholders penta helix dalam pengembangan kota kreatif (studi di kota malang),	Terdapat komitmen kolaborasi dan sikap optimis pada capaian tujuan kolaborasi. Juga menghasilkan sesuatu yang bermanfaat diantaranya intermediate outcomes	Menggunakan variabel Pentahelix	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel inovasi

			berupa akses pasar khususnya bagi pelaku usaha kreatif.		
4	Eki Baihaki (2020)	implementation of pentahelix synergity in acceleration of covid handling 19	Penerapan komunikasi sinergi pentahelix dalam percepatan penanganan Covid-19 memberikan pengaruh dalam percepatan kesadaran masyarakat tentang gotong royong dalam mitigasi bencana Covid-19	Menggunakan variabel Pentahelix	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel inovasi
5	Handy ariowo (2018)	implementasi kolaborasi model pentahelix dalam rangka mengembangkan potensi pariwisata di jawa timur serta meningkatkan perekonomian domestik	Dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata, diperlukan suatu kordinasi dan kolaborasi antara pihak pemerintah, pelaku bisnis pariwisata, komunitas, akademisi, serta media dalam mengembangkan potensi	Menggunakan variabel Pentahelix	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel inovasi

			wisata, dimana kerjasama tersebut disebut dengan kolanaborasi Pentahelix		
6	Novy Setia Yunas (2019)	Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur	berdasarkan hasil penelitian, penulis mendorong sebuah model inovatif bagi pengembangan potensi desa melalui Lumbung Ekonomi Desa yang melibatkan actor pentahelix	Menggunakan variabel Pentahelix	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel inovasi
7	Rumsari Hadi Sumarto (2019)	Penta-Helix and Quintuple-Helix in the Management of Tourism Villages in Yogyakarta City	Interaksi sinergis antara pemerintah, perguruan tinggi, dan industri dalam pengelolaan desa wisata konsisten dengan triple-helix yang diusulkan oleh Etzkowitz		
8	raras gistharosardi	model pentahelix dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di kabupaten	sinergi pentahelix diaplikasikan melalui agrowisata perkebunan teh pagilaran dimana	Menggunakan variabel Pentahelix	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel inovasi

		batang, jawa tengah	pemilik pt adalah ugm sebagai perwakilan dari akademisi dan kabupaten batang sebagai government, masyarakat lokal sebagai community dan media cetak serta media sosial yang sebagai marketingnya dapat berkolaborasi sangat sinergi untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan.		
9	Sutrisno (2019)	Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Dengan Identifikasi Penta Helix Di Kabupaten Bojonegoro	Fokus pemerintah terhadap penekanan kolaborasi pentahelix masih kurang	Menggunakan variabel Pentahelix	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel inovasi
10	Somariah Fitriani (2019)	The Synergy Effect of "ABCGM" for Small and Medium-Sized Enterprises	Analisis menemukan bahwa semua sektor saling berkorelasi untuk mendukung UKM	Menggunakan variabel Pentahelix	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel inovasi
11	Nurul Chamidah (2020)	Penta helix Element Synergy as an Effort to Develop Villages	Kajian ini memberikan gambaran bagi para akademisi khususnya di bidang	Menggunakan variabel Pentahelix	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel inovasi

		Tourism in Indonesia	komunikasi, publik kebijakan, dan manajemen secara umum, tentang urgensi dan sinergi implikasi sistem teori untuk perkembangan perkembangan komunikasi. Selain itu, teori sistem secara universal memvisualisasi kan bahwa keterkaitan antara pemangku kepentingan (Akademisi, Bisnis, Masyarakat, Pemerintah, Media) memiliki kedudukan yang setara dan saling memainkan peran penting		
--	--	----------------------	---	--	--

Sumber : Data Diolah

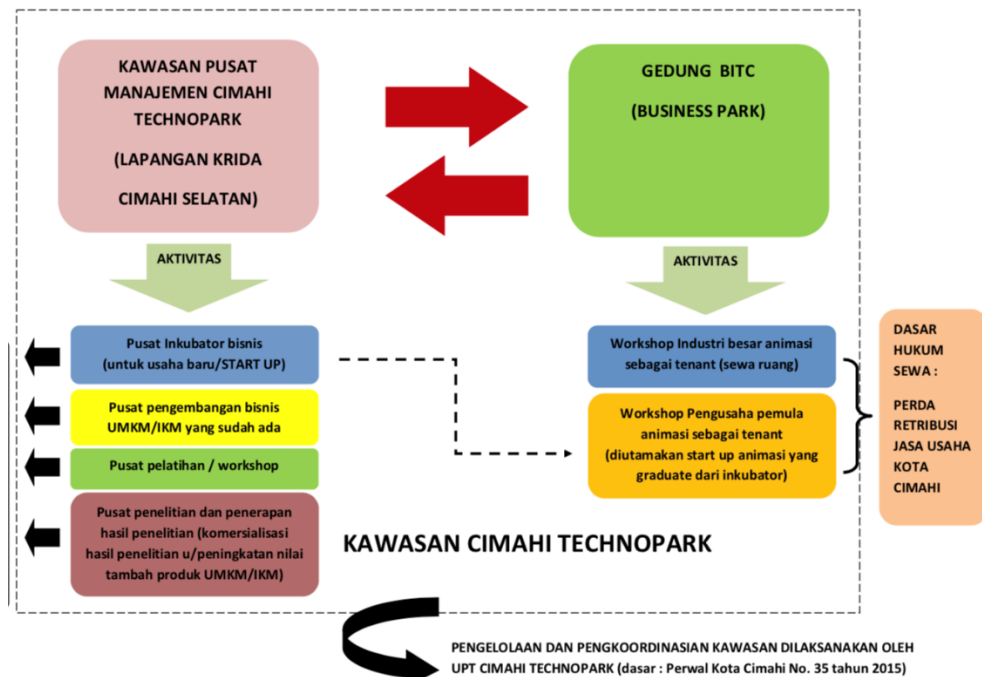
2.2 Kerangka Pemikiran

Startup memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional, namun startup memiliki tingkat survival yang rendah. Salah satu faktor utamanya adalah inovasi, Pentahelix merupakan sebuah langkah untuk bersinergi

menciptakan kolaborasi yang menghasilkan peningkatan inovasi. Sesuai dengan Visi Kota Cimahi yaitu Meningkatkan daya saing dan kohesi sosial Kota Cimahi melalui penguatan sistem inovasi berbasis kluster industri kreatif, komunitas, dan industri rumah tangga yang berdaya saing di pasar global, maka pemerintah kota Cimahi menuangkan dalam bentuk SIDA (Sistem Inovasi Daerah), penguatan sistem inovasi berbasis kluster, industri, kreatif dan komunikasi memiliki peran untuk regional masuk dalam koridor Jawa di MP3EI Telematika dan animasi. Hasil dari SIDA ini menghasilkan beberapa kegiatan, salah satunya adalah pembangunan kawasan Cimahi Technopark dan pembentukan Pusat Inovasi Baros. Dimana konsep ini adalah awal mula perjalanan sinergi penta helix Kota Cimahi dimulai.

a. Technopark

Technopark adalah sebuah kawasan berdimensi pembangunan ekonomi, sosial dan budaya, yang memiliki sentra kegiatan iptek, kegiatan produktif dan gerakan masyarakat yang mendukung percepatan perkembangan inovasi, difusi dan pembelajaran, Keberadaan lembaga pengelolaan *Technopark* yang handal sangat penting dalam menunjang keberlangsungan fungsi yang diamanatkannya. Salah satu konsep Cimahi Technopark adalah Kelembagaan yang dijalankan secara profesional serta dapat mengakomodasi kepentingan para pemangku kepentingan dapat mendorong kawasan technopark menjadi kawasan yang mampu menumbuhkan inovasi dan mendorong tumbuhnya ekonomi masyarakat di daerah.



Gambar 2.4
Konsep Pengelolaan Cimahi Technopark

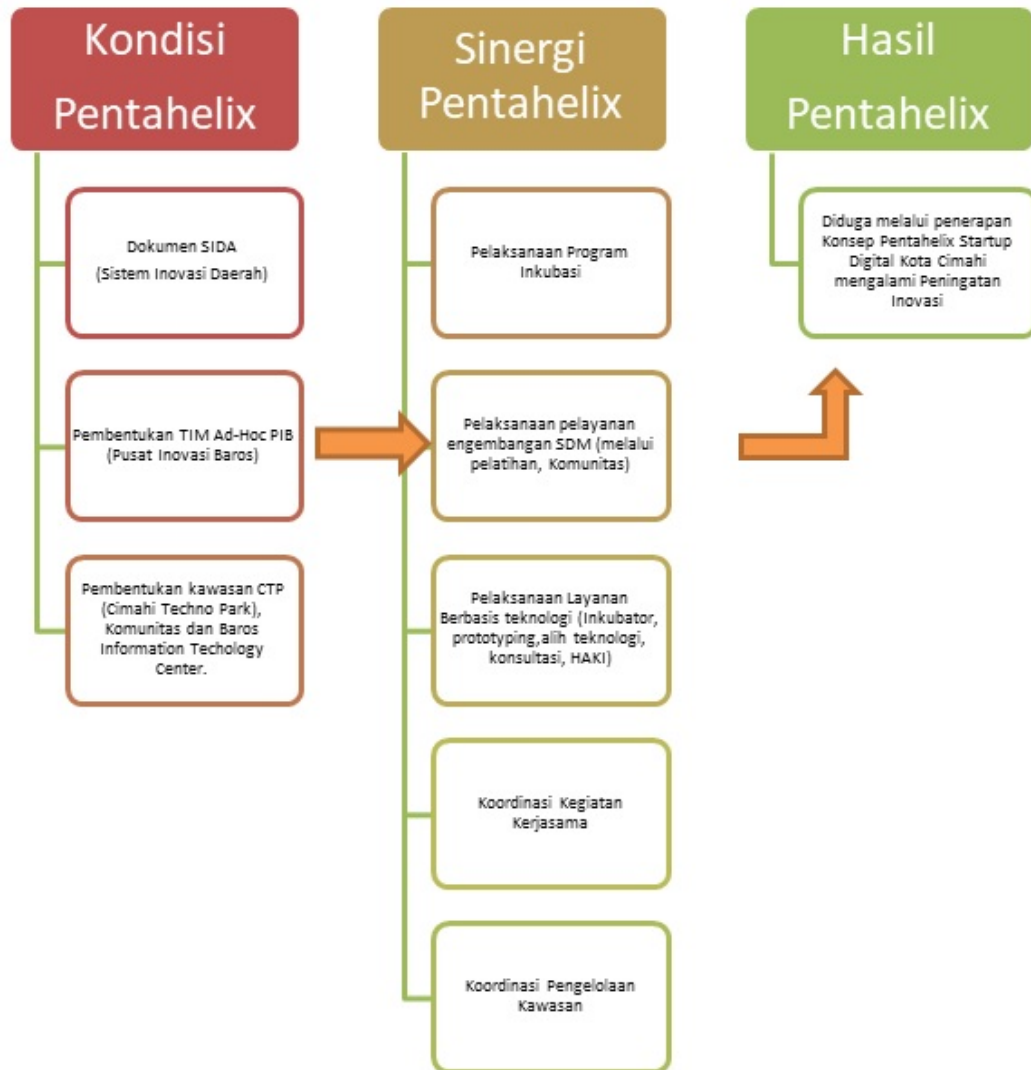
b. Pusat Inovasi Baros

Pembentukan Tim Ad-Hoc bernama PIB (Pusat Inovasi Baros) yang dibentuk Pemerintah Kota Cimahi untuk mendukung pengembangan bisnis berbasis Inovasi di kawasan Cimahi Technopark. Fungsi dari Pusat Inovasi Baros adalah untuk melakukan pengembangan bisnis baru melalui Inkubasi Teknologi, serta pengembangan Sumber Daya Manusia, dimana hasil yang diharapkan dari Pusat Inovasi Baros adalah perusahaan pemula berbasis teknologi ataupun startup baru. Menurut Raeni Dwi santy, Muhamad Ihsan dan Rizki Desaina Losalia (2018:6) mengungkapkan bahwa :

“Setiap bisnis membutuhkan kreativitas dan inovasi, karena jika pengusaha tidak mampu mengembangkan, sehingga bisnis tidak akan berhasil. Sebuah bisnis harus dikelola dengan baik karena jika bisnis tidak dikelola dengan baik, maka hasilnya akan menjadi kegagalan “

2.2.1 Sinergi Pentahelix

Pelaksanaan pembangunan Cimahi Technopark dan Pusat Inovasi Baros menghasilkan banyak kegiatan yang melibatkan unsur dari Aktor Pentahelix, kegiatan tersebut diantaranya Pelaksanaan inkubasi, Pelaksanaan pelayanan pengembangan SDM melalui pelatihan dan pembentukan komunitas, pelaksanaan layanan berbasis teknologi, koordinasi kerjasama kegiatan dan koordinasi pengelolaan kawasan. dimana hasil dari kegiatan tersebut diharapkan dapat mengalami peningkatan terhadap inovasi.



Gambar 2.5
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat

dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Pada penelitian kualitatif tidak merumuskan hipotesis tetapi justru menemukan hipotesis.