



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Peran Pentahelix di Pasar Kreatif Payungi Kota Metro dalam Mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs) pada Pilar Pembangunan Sosial

Aulia Rahmawati<sup>1\*</sup>, Hanindyalaila Pienrasmi<sup>2</sup>, M.Denu Poyo<sup>3</sup>, Sedy Prilia Eka Nanda<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, [aulia@ubl.ac.id](mailto:aulia@ubl.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, [pienrasmi@ubl.ac.id](mailto:pienrasmi@ubl.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, [denu@ubl.ac.id](mailto:denu@ubl.ac.id)

<sup>4</sup>Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, [sedy.21111029@student.ubl.ac.id](mailto:sedy.21111029@student.ubl.ac.id)

\*Corresponding Author: [aulia@ubl.ac.id](mailto:aulia@ubl.ac.id)

**Abstract:** *Since 2018, the Payungi creative market has been established in Yosomulyo Village, Metro City. It started with economic activities and eventually gave rise to community literacy movements. This research aims to examine the role of the pentahelix, in Metro City, in supporting the achievement of SDGs, in the Social Development Pillar. The method used in this research is qualitative. The informants in this study include academics, business, community government, and media. Data collection was conducted through literature reviews, observations, and interviews. Data validity was ensured using source triangulation techniques, and data analysis was carried out using interactive analysis methods. The research results show that the pentahelix plays a role in the development of the Payungi creative market, although not all pentahelix elements have performed optimally. The most significant contributor from the establishment to the development of Payungi has been the academic sector. Business, community, and media have also played major roles in the growth of Payungi. However, the role of the government has been less than optimal. Furthermore, the Payungi creative market directly supports the social pillar of the SDGs, particularly in Goal 1, Goal 4, and Goal 5. However, it does not directly support Goal 2 and Goal 3.*

**Keywords:** *Empowerment, Payungi, Pentahelix, SDGs, Social Development Pillar*

**Abstrak:** Sejak tahun 2018 pasar kreatif payungi berdiri di Kelurahan Yosomulyo Kota Metro. Dimulai dari kegiatan ekonomi, sampai melahirkan gerakan-gerakan literasi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat Peran pentahelix khususnya di Kota Metro dalam mendukung tercapainya SDGs khususnya pada Pilar Pembangunan Sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Informan dalam penelitian ini yaitu akademisi, pihak swasta, komunitas, pemerintah dan media. Pengumpulan data dilakukan dengan

studi literatur, observasi dan wawancara. Validitas data dengan teknik triangulasi sumber dan analisis data dengan analisis interaktif. Hasil Penelitian menunjukkan ada peran pentahelix dalam perkembangan pasar kreatif payungi, namun belum semua unsur pentahelix berperan secara optimal. Unsur yang paling berperan dari lahir sampai berkembangnya payungi adalah akademisi. Unsur Bisnis, Komunitas dan Media berperan besar dalam perkembangan payungi. Peran Pemerintah kurang optimal dalam perkembangan pasar kreatif payungi. Selanjutnya pasar kreatif payungi mendukung secara langsung SDGs Pilar sosial pada tujuan 1 Tanpa kemiskinan, tujuan 4 pendidikan berkualitas dan tujuan 5 kesetaraan gender. Pada tujuan 2 Tanpa Kelaparan dan tujuan 3 Kehidupan sehat dan sejahtera Pasar kreatif payungi tidak mendukung secara langsung.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan, Payungi, Pentahelix, SDGs, Pilar Pembangunan Sosial

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan strategi dalam mewujudkan kemandirian masyarakat serta upaya meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat merupakan jembatan bagi konsep pembangunan makro dan mikro, dimana berbagai program pembangunan menjadi rangsangan dalam percepatan kegiatan sosial ekonomi masyarakat untuk menciptakan pendapatan bagi masyarakat (Hasan & Azis, 2018). Untuk itu pendekatan utama dalam pemberdayaan yaitu dengan menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan. Pemberdayaan masyarakat menjadi isu penting dalam mencapai pembangunan berkelanjutan di Indonesia. Melalui peran pentahelix yang melibatkan pemerintah, swasta, akademisi, masyarakat dan media, diharapkan dapat menciptakan sinergi dan kerjasama yang efektif dalam membangun masyarakat mandiri berkelanjutan. Kolaborasi antar sektor mempunyai peran penting untuk menentukan keberhasilan dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata rintisan untuk bisa menjadi desa yang mandiri dan berkelanjutan (Indrayani et al, 2024).

Pasar kreatif Payungi berdiri pada tahun 2018 merupakan pasar kreatif pertama di Kota Metro yang digagas oleh sekelompok masyarakat di Kelurahan Yosomulyo dan didirikan secara gotong royong oleh warga yang ingin berdaya dan ingin membangun ekonomi masyarakat. Berdirinya pasar kreatif payungi membuka kesempatan kepada masyarakat setempat untuk melakukan aktivitas ekonomi dan sangat berdampak terhadap pendapatan masyarakat khususnya masyarakat kelurahan yosomulyo yang menjadi pelaku ekonomi di pasar kreatif payungi (Leonardo & Imantoro, 2022). Di gelaran peratamanya pada tahun 2018 transaksi di pasar kreatif payungi sebesar enam belas juta rupiah dan pada puncak perayaan ulang tahun payungi yang bertepatan dengan pagelaran ke-233, diumumkan omset yang diperoleh sebesar Rp 103.708.000 (payungi.org). Pasar kreatif payungi juga menjadi destinasi wisata baru di Kota Metro, dalam peluncuran pasar kreatif payungi mendapatkan respon positif dari masyarakat khususnya masyarakat kota metro yang ditandai dengan jumlah pengunjung yang mencapai dua ribu pengunjung (Leonardo & Imantoro, 2022).

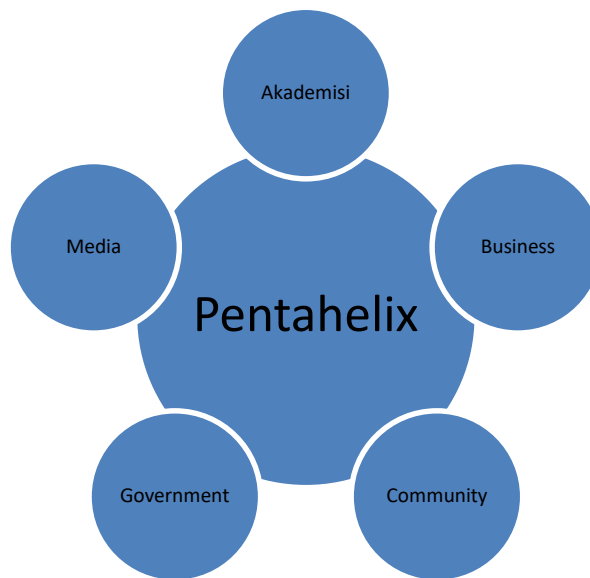
Mengiringi kesuksesan dari sisi ekonomi, muncul beberapa gerakan literasi masyarakat diantaranya Pusat Studi Desa, Pesantren Wirausaha, Payungi University, *Women And Environment Studies* (WES), Kampung Bahasa, Bank Sampah dan Kampung Kopi. Gerakan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) khususnya warga sekitar secara berkelanjutan. Adanya gerakan literasi tersebut juga merupakan salah satu kunci Pasar Kreatif Payungi dapat terus berjalan dan berkembang. Kesuksesan pasar kreatif payungi

dan gerakan literasi masyarakat yang muncul tidak dapat berjalan tanpa peran dari berbagai pihak diantaranya pemerintah, swasta, akademisi, masyarakat dan media atau lebih dikenal dengan pentahelix.

Model pentahelix merupakan sebuah referensi dalam menghubungkan sinergi antar stakeholder dalam mengoptimalkan tujuan pembangunan (Pradhipta et al, 2021). Model pentahelix dikenal dengan konsep ABCGM yaitu Akademisi, Business Sector, Community, Government dan Media (Kevin et al, 2022). Keterbatasan pemerintah khususnya dalam pemberdayaan masyarakat untuk dapat mandiri secara ekonomi perlu melibatkan berbagai pihak untuk berkolaborasi. Dalam kerangka administrasi publik, pemerintah dapat membentuk pola kerja sama dengan beberapa pihak dalam suatu kebijakan atau kegiatan untuk mencapai tujuan dalam konsep *Collaborative Governance* (Astuti et al, 2020). Konsep *Collaborative Governance* dapat dilihat sebagai proses pengambilan keputusan yang melibatkan masyarakat secara konstruktif antar badan publik, berbagai level pemerintahan, privat dan sipil dalam mencapai tujuan (emerson et al, 2011). Proses Pemberdayaan masyarakat diharapkan dapat membentuk masyarakat diharapkan dapat menjadikan masyarakat mandiri dan memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dan melaksanakan keputusannya dengan baik secara individu ataupun kelompok untuk meningkatkan kesejahteraannya (Sutawa, 2012). Penelitian ini mengaitkan bagaimana peran pentahelix dalam berkembangnya pasar kreatif payungi dan pemberdayaan masyarakat kelurahan yosomulyo secara berkelanjutan.

Konsep pentahelix merupakan pengembangan dari konsep triplehelix yaitu *academician*, *business* dan *government* kemudian berkembang teori Quadrahelix dengan menambahkan unsur masyarakat madani atau civil society (Carayannis & Campbell, 2009). Dari konsep Quadrahelix disempurnakan menjadi pentahelix yakni unsur media massa sebagai penyempurna para pemangku kepentingan (S Halibas et al, 2017). Dalam konsep pentahelix terdapat lima sektor yang berkolaborasi dan bersinergi yaitu Akademisi menjadi sumber ilmu pengetahuan dengan kosep dan teori yang relevan dengan kondisi yang dihadapi. Pihak swasta sebagai entitas yang menjalankan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan pertumbuhan berkelanjutan. Masyarakat berperan sebagai penghubung antar pemangku kepentingan dalam keseluruhan proses karena diperlukan pendekatan individual untuk menjembatani kelima unsur pentahelix sehingga menjadi satu kesatuan yang sinergis (Chamidah et al, 2020). Pemerintah berperan sebagai regulator sekaligus pengontrol yang memiliki regulator dan tanggung jawab. Terakhir Media berperan dalam mendukung publikasi dan fungsi sosialisasi kepada masyarakat (Yunas et al, 2021). Konsep pentahelix dalam penelitian ini dapat dilihat melalui gambar berikut:

**Gambar 1: Model Pentahelix**



Sumber: Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. (2009)

SDGs merujuk 17 tujuan yang dirancang untuk mengatasi masalah pembangunan di dunia yang berkaitan dengan pembangunan sosial, ekonomi dan lingkungan hidup. SDGs merupakan agenda pembangunan international yang dijadikan sebagai acuan dalam pembangunan bagi setiap negara anggota PBB (*Department of Economic and Social Affairs Development Sustainable*, 2020). Kolaborasi memiliki peran penting dalam mencapai tujuan SDGs, Hal utama dari agenda SDGs oleh karena itu dipahami bahwa tidak ada aktor tunggal yang dapat mengatasi tantangan pembangunan keberlanjutan (de Sousa Jabbour, 2015). Terdapat empat pilar dalam SDGs yaitu Pilar Pembangunan Sosial, Pilar Ekonomi, Pilar Hukum dan tata kelola serta Pilar Lingkungan. Penelitian ini berfokus pada Pilar Pembangunan Sosial dengan Indikator Tanpa Kemiskinan, Tanpa Kelaparan, Kehidupan Sehat dan Sejahtera, Pendidikan Berkualitas dan Kesetaraan Gender.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif berarti proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok serta menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan (Sugiyono,2014). Penelitian ini akan mengeksplorasi peran pentahelix dalam pemberdayaan masyarakat di Pasar kreatif Payungi dan bagaimana pasar kreatif payungi mendukung sdgs dalam Pilar Pembangunan Sosial. Selanjutnya Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi literatur dan wawancara. Studi literatur yaitu pengumpulan data dari beberapa literatur dari jurnal ilmiah, aturan dan juga metadata terkait pentahelix, payar kreatif payungi dan SDGs khususnya Pilar Pembangunan Sosial. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik (Sugiyono,2014). Informan dalam penelitian ini yaitu: Akademi, yaitu penggagas pasar kreatif payungi; Business, yaitu pengusaha yang terlibat dalam pasar kreatif payungi; Community, yaitu masyarakat yang terlibat dalam pasar kreatif payungi dan masyarakat umum; Government, yaitu Pemerintah Kota Metro dan Media, yaitu media massa yang terlibat dalam publikasi pasar kreatif payungi

Penelitian ini menggunakan Teknik validitas triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara (Sugiyono,2014). Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Selanjutnya keabsahan data dilakukan dengan menganalisis data dari hasil pengamatan yang diuji kebenarannya dengan melakukan wawancara dengan informan yang dianggap menguasai permasalahan. Data hasil wawancara dengan satu orang akan dibandingkan dengan hasil wawancara dari orang lain atau hasil pengamatan. Keabsahan data dilakukan juga dengan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen dari hasil literatur review dan penelitian terdahulu yang berkaitan. Selanjutnya Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis interaktif yang disajikan oleh Miles dan Huberman yaitu bahwa analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi bersamaan (Miles & Huberman, 1994). Kegiatan tersebut adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar kreatif payungi berdiri atas inisiasi para penggerak yang berlatar belakang seorang akademisi. Pasar Kreatif payungi sudah berjalan dan bertumbuh selama enam tahun sejak tahun 2018. Dari sisi ekonomi sudah terlihat dimana omset pedagang rata-rata setiap gelaran mencapai Rp 1.600.000,- dan omset secara keseluruhan setiap gelaran mencapai kurang lebih Rp 100.000.000,-. Pencapaian ekonomi bukan menjadi tujuan akhir berdirinya payungi. Menumbuhkan *value* dengan membangun mental dan spritual. Di tahun kedua payungi berdiri lahir Payungi University sebagai wadah untuk menumbuhkan pengetahuan dengan pendidikan alternatif. Memasuki tahun keenam Payungi Unversiy dengan konsisten telah membentuk gerakan literasi diantaranya sekolah desa, sekolah Perempuan *Women and Environment Studies* (WES), Sekolah Seni Payungi, Pesantren Wirausaha, Kampung Kopi Payungi dan Disabilitas Corner Payungi. Gerakan literasi menjadi ruang untuk membangun Sumber Daya Manusia (SDM) khususnya masyarakat desa dalam hal ini para pedagang payungi. Untuk membangun mental dan spiritual yang berkelanjutan perlu berbasis pengetahuan. Hal tersebut selaras dengan konsep pancadaya yang dicetuskan oleh para penggerak payungi dalam ulang tahun kelimanya. Konsep pacadaya yaitu Pengetahuan, Pergerakan, Pengorbanan, Kebudayaan dan Kesejahteraan.

**Pengetahuan**, para penggerak di payungi memiliki prinsip semakin tinggi literasi maka semakin tinggi inovasi. Hal tersebut yang mendasari para penggerak untuk menumbuhkan dan mengembangkan pengetahuan kepada SDM di payungi. Pesantren Wirausaha menjadi wadah dalam menambah pengetahuan dan membentuk mental dalam meningkatkan kualitas SDM di payungi. Melalui pesantren wirausaha yang diselenggarakan setiap Kamis Malam secara konsisten, para penggerak ‘mengisi’ SDM payungi dengan ilmu pengetahuan baik itu ilmu kewirausahaan maupun ilmu agama. Tidak hanya diisi dengan pengetahuan, di pesantren wirausaha juga dilakukan evaluasi dari gelaran sebelumnya dan musyawarah untuk gelaran berikutnya. Dengan sistem pendidikan transformatif berbasis komunitas para penggerak payungi mendesain agar semua masyarakat tidak boleh berhenti belajar, berapa pun usianya.

**Pergerakan**, menjadi hal wajib setelah adanya pengetahuan. Pengetahuan dan nilai-nilai yang telah dibangun secara konsisten melalui pesantren kewirausahaan diaplikasikan dalam pergerakan. Secara nyata bentuk dari pergerakan SDM di payungi telah mempunyai kesadaran untuk melakukan gotong royong.

**Pengorbanan**, payungi dibangun dari pengorbanan banyak orang. Kas masjid yang dipinjam untuk modal awal, dengan spekulasi dua orang penggerak yang akan menanggung apabila gagal. seiring dengan keberhasilannya, dimana payungi mampu bertahan dan

berkembang para pedagang memiliki kesadaran dalam hal pengorbanan yaitu menyisihkan 1% dari omset penjualan untuk kas sosial, iuran kurban termasuk gotong royong. Dengan pengorbanan menumbuhkan rasa memiliki dari semua pihak.

**Kebudayaan**, budaya yang ingin dibentuk di payungi adalah budaya kedesaan. Budaya tegus sapa, peduli sesama, musyawarah dan gotong royong. Hal tersebut bisa dikatakan telah terwujud dengan proses yang tidak mudah. Dimulai dari membentuk perilaku, mengulang perilaku sehingga menjadi kebiasaan dan kebiasaan yang dilakukan oleh semua orang sehingga menjadi kebudayaan. Terakhir

**Kesejahteraan**, pencapaian material bukanlah kesejahteraan yang ingin dicapai oleh para penggerak payungi, melainkan terbentuknya mental dan spiritual. Di tahun keenam payungi, sudah terlihat bagaimana mental dan spiritual dari SDM payungi telah terjadi peningkatan. Hal tersebut terlihat dari SDM payungi mulai dari anak muda sampai ibu-ibu menjadi pribadi yang kreatif, punya ide, berani, inovatif, berkasih-sayang, solidaritas dan taat aturan.

### **Peran Pentahelix dalam perkembangan Pasar Kreatif Payungi**

Membangun SDM dengan budaya Literasi untuk mencapai kesejahteraan yang tidak hanya dari sisi materi tetapi juga mental dan spiritual, dibutuhkan konsistensi baik dari penggerak maupun dari masyarakat. Perkembangan payungi saat ini, tentu sebuah proses panjang yang melibatkan banyak pihak. Dalam penelitian ini akan melihat peran pentahelix dalam perkembangan pasar kreatif payungi.

### **Akademisi**

Dalam model Pentahelix, akademisi memiliki peran sebagai *drafter* yang menilai potensi sumber daya manusia (SDM) untuk mendoorng potensi daerah (Septadiani et al, 2022). Sejalan dengan Carayannis & Campbell (2009) yang mengemukakan bahwa akademisi berkontribusi dalam pengembangan SDM untuk pemanfaatan dan pengembangan ilmu pengetahuan terhadap inovasi. Unsur Akademisi memiliki peran besar dari lahir sampai berkembangnya pasar kreatif payungi. Diinisiasi oleh seorang Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dan tokoh agama yang juga warga kelurahan yosomulyo, yang ingin mendorong masyarakat yang apatis menjadi peduli pada lingkungannya dan memberdayakan masyarakat. Dimulai dengan mengumpulkan anak muda dan menggali potensinya ditemukan potensi seni yaitu mural. Dengan potensi tersebut gerakan dimulai dengan mengecat rumah warna-warni dari hasil iuran. Untuk menambah pemasukan dicetuskan untuk membuat pasar, dengan meminjam kas masjid yang dipinjamkan kembali kepada warga sebagai modal jualan makanan tradisional. Berbekal pengalaman kegagalan membangun daerah sebelumnya, para penggerak payungi tidak mau hanya berorientasi pada aspek ekonomi, namun membangun mental dan spiritual maka dibentuk pesantren wirausaha. Dari pesantren wirausaha budaya literasi di payungi dibentuk. Pengetahuan merukan pondasi yang kuat untuk payungi bisa bertahan, berkembang dan berdampak.

### **Bisnis**

Dalam model pentahelix bisnis menjadi *enabler* yang mendukung infrastruktur dan promotor atau sumbangsih anggaran dalam memberikan pendanaan dalam pengembangan (Darmawan, 2020). Unsur Bisnis menjadi bagian tidak terpisahkan dalam perkembangan pasar kreatif payungi sebagai jejaring bisnis. Beberapa *brand* besar telah bekerja sama dengan payungi antara lain: Bank BRI, PLN, Im3, Pegadaian. Namun ada peran dari unsur bisnis yang mendukung payungi yaitu Perusahaan Bawang Lanang. Perusahaan Bawang Lanang



menghibahkan sebidang lahan untuk dimanfaatkan masyarakat untuk kegiatan di payungi dan membangun gedung pesantren wirausaha untuk dimanfaatkan untuk banyak kegiatan payungi. Perusahaan Bawang Lanang terus melakukan dukungan secara berkelanjutan dalam perkembangan Pasar Kreatif Payungi.

### **Komunitas**

Dalam model pentahelix, komunikasi memiliki peran sebagai akselelator, dimana orang-orang yang memiliki minat dan potensi yang sama untuk dikembangkan. Komunitas juga sebagai penghubung antara pemangku kepentingan dalam proses pengembangan (Luthfiyah, 2024). Kegiatan payungi ditopang oleh banyak komunitas. Komunitas yang menjadi penggerak lahirnya payungi yaitu Generasi Pesona Indonesia (Genpi). Melalui program pasar digital bersinergi dengan akademisi menjadi penggerak lahirnya payungi. Dengan fokus yang sama yaitu pembangunan SDM, Genpi Lampung dan penggerak payungi mampu menjadikan payungi satu-satunya pasar digital yang masih bertahan di Indonesia dan menjadi produk Genpi nasional. Melalui jejaring Komunitas Genpi juga membantu promosi payungi dan mengundang influencer dan komunitas datang ke payungi. Seiring perkembangan payungi dengan gerakan literasi secara bersamaan menumbuhkan komunitas baru di payungi diantaranya Sekolah seni payungi, WES dan Disabilitas Corner. Basis komunitas payungi merupakan kelompok intelektual yang menciptakan pergerakan, dimana peran akademisi menjadi penting dalam perkembangan komunitas yang tumbuh di payungi.

### **Pemerintah**

Dalam model pentahelix, pemerintah berperan sebagai regulator dan kontroler (Darmawan, 2020). Pemerintah mempunyai kewenangan dalam hal perizinan, kebijakan, insentif, hibah yang dialokasikan untuk pengadaan infrastruktur dasar diantaranya listrik, air, jalan dan lain-lain (Sudiana et al, 2020). Unsur pemerintah dalam hal ini adalah pemerintah kota metro. Peran pemangku kepentingan sangat diperlukan untuk mempercepat agenda SDGs 2030 (Ulfa, 2020). Peran pemerintah kota metro dalam perkembangan pasar kreatif payungi tidak signifikan. Pemerintah kota metro melalui Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) mengakui bahwa tidak ada dukungan yang dilakukan secara berkelanjutan untuk Pasar Kreatif Payungi. Kegiatan kolaborasi antara Disporapar dan payungi yaitu pelatihan pokdarwis disetiap kelurahan yang melibatkan para penggerak payungi. Birokrasi yang rumit salah satu faktor tidak adanya bantuan dari Disporapar untuk pasar kreatif payungi secara berkelanjutan. Namun ada satu hibah bangunan yang diberikan pemerintah Kota Metro pada tahun 2022 yang dimanfaatkan sebagai gedung merchandise oleh pengurus Payungi.

### **Media**

Dalam model pentahelix, media berperan menjadi *expenders* yang mendukung publikasi dan promosi serta *branding* sebuah program (Darmawan, 2020). Media menjadi unsur yang sangat berpengaruh dalam perkembangan payungi. Melalui media dapat memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai perkembangan yang sedang dilakukan (Luthfiyah et al, 2024). Payungi sendiri memanfaatkan media digital untuk membangun *branding*. Melalui website payungi.org payungi membangun branding sebagai pasar kreatif dan memperkenalkan gerakan-gerakan literasi. Selain itu media sosial Instagram juga dimanfaatkan untuk menjangkau masyarakat lebih luas, dimanana followers akun payungi sudah mencapai 13 juta menjadi sarana promosi, menyampaikan potensi dan gerakan payungi. Payungi juga

berkolaborasi dengan beberapa media online lain seperti *lampung geh*, *seputar kota metro* dan *metro bergeliat*. Media sangat berperan untuk memperkenalkan payungi dan gerakan literasi secara lebih luas.

Berdasarkan uraian diatas ada peran pentahelix dalam perkembangan pasar kreatif payungi, namun belum semua unsur pentahelix berperan secara optimal. Unsur yang paling berperan lahirnya payungi adalah Akademisi yang secara konsisten membangun SDM dengan penguatan mental dan spiritual sehingga Payungi bisa bertahan dan berkembang. Selanjutnya Unsur Bisnis, Komunitas dan Media sangat berperan dalam perkembangan pasar kreatif payungi. Unsur Bisnis dengan Sumber daya materiilnya mendukung fasilitas yang dibutuhkan oleh payungi. Komunitas dengan jejaringnya mendukung promosi payungi dan menumbuhkan komunitas baru dengan tumbuhnya literasi. Media berperan besar dalam publikasi dan *branding* payungi untuk bisa dikenal secara luas. Unsur pemerintah kurang berperan secara optimal dalam perkembangan Pasar Kreatif Payungi.

### **Pasar Kreatif Payungi dalam pencapaian SDGs Pilar Pembangunan Sosial**

*Sustainable Development Goals* (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan adalah agenda global yang berisi 17 tujuan dengan 169 target yang disepakati oleh negara-negara anggota PBB pada tahun 2015 untuk dicapai pada tahun 2030. Indonesia sebagai salah satu negara anggota PBB juga berkomitmen untuk mewujudkan SDGs tersebut. Indonesia telah mengintegrasikan tujuan-tujuan ini ke dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). Dalam penelitian ini akan melihat bagaimana keberadaan pasar kreatif payungi dapat mendukung pencapaian SDGs pada pilar sosial yaitu tujuan 1, tujuan 2, tujuan 3, tujuan 4, tujuan 5 khususnya di kelurahan yosomulyo.

### **Tanpa kemiskinan**

Tujuan 1 tanpa kemiskinan membicarakan bagaimana meningkatkan pendapatan bagi penduduk miskin, menjamin akses terhadap pelayanan dasar dan melindungi seluruh masyarakat dari segala bentuk bencana (uclg.org), untuk mengentaskan segala bentuk Kemiskinan di manapun. BPS (2024) mencatat tingkat kemiskinan nasional pada 2024 berada di angka 9,03%. Berbagai program pemerintah, seperti Program Keluarga Harapan (PKH) dan Bantuan Pangan Non-Tunai (BPNT) sebagai jaring pengaman sosial khususnya ketika terjadi bencana telah berkontribusi terhadap pengurangan kemiskinan ini. Kemiskinan merupakan situasi dimana seseorang tidak dapat/mampu memenuhi kebutuhan dasar minimum yang diperlukan untuk hidup layak dan bermartabat (Bappenas, 2023). Pasar Kreatif Payungi berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat khususnya di Kelurahan Yosomulyo. Terlihat dari omset gelaran yang semakin meningkat dari tahun pertama sampai saat ini yang mencapai rata-rata seratus juta rupiah disetiap gelaran. Sebelum adanya pasar kreatif payungi mayoritas mata pencaharian warga yosomulyo di kawasan payungi adalah pembuat batu bata. Setelah adanya pasar kreatif payungi sebagian besar warga beralih menjadi pedagang di pasar kreatif payungi. Walaupun gelaran hanya diselenggarakan satu minggu sekali, namun hasil penjualan dapat mencukupi kebutuhan keluarga selama satu minggu bahkan lebih. Selain dari gelaran payungi setiap minggu, banyak warga yang produk makanan yang dijualnya di pesan diluar gelaran karena sudah dikenal melalui gelaran payungi. Hal tersebut menyoroti bahwa berawal dari payungi dapat membuka kesempatan lebih luas bagi para pedagang payungi. Terlihat juga dengan adanya pasar kreatif payungi warga menjadi berdaya dan mandiri dalam hal ekonomi.



Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa pasar kreatif payungi mendukung pencapaian tujuan 1 SDGs yaitu mengurangi kemiskinan khususnya di daerah kelurahan yosomulyo.

### **Tanpa kelaparan**

Tujuan 2 tanpa Kelaparan membicarakan tentang jaminan bahwa semua orang dapat menikmati makanan yang aman dan bernutrisi sepanjang tahun untuk Mengakhiri kelaparan mencapai ketahanan pangan dan meningkatkan gizi dan mendukung pertanian berkelanjutan (uclg.org). Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai program untuk meningkatkan ketahanan pangan dan menurunkan tingkat malnutrisi. Program Indonesia Sehat dan pemberian bantuan pangan adalah beberapa contoh upaya yang dilakukan. Namun, masalah stunting masih menjadi tantangan besar, dengan prevalensi stunting pada anak di bawah 5 tahun yang masih cukup tinggi. Ketidacukupan konsumsi pangan (*undernourishment*) adalah kondisi seseorang yang secara regular mengkonsumsi sejumlah makanan yang tidak cukup untuk menyediakan energi yang dibutuhkan untuk hidup sehat, aktif, dan produktif (Bappenas, 2023). Apabila melihat target SDGs dalam tujuan 2 yaitu pada tahun 2030, menghilangkan kelaparan, mengilangkan bentuk kekurangan gizi, meningkatkan produktivitas pertanian, menjamin produksi pangan dan mengelola keragaman genetik benih, budidaya tanaman dan hewan ternak. Pasar kreatif payungi belum secara langsung memberikan kontribusi pencapaian pada target 2 tersebut. Namun dengan adanya pencapaian ekonomi dan literasi di pasar kreatif payungi dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidupnya. Hal tersebut berpengaruh terhadap target menghilangkan keparan dan meningkatkan gizi masyarakat. Dengan peningkatan ekonomi dan literasi mayarakat, masyarakat mampu membeli kebutuhan pangan dan memilih makanan yang bergizi bagi keluarganya.

### **Kehidupan sehat dan sejahtera**

Tujuan 3 Kehidupan sehat dan sejahtera adalah tentang membantu masyarakat untuk hidup sehat dan panjang umur untuk menjamin kehidupan sehat dan mendukung kesejahteraan di segala usia (uclg.org). Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) adalah salah satu program pemerintah dalam rangka meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan kesehatan. Namun, tantangan masih ada dalam hal kualitas layanan dan ketersediaan tenaga medis, terutama di daerah terpencil. Sama halnya pada pecapaian tujuan 2, pasar kreatif payungi juga tidak secara langsung mendukung pencapaian di target 3. Target tujuan 3 yang tercantum dalam Metadata Indokator Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)/ *Sustainable Development Goals* (SDGs) Indonesia Pilar Pembangunan Sosial diantaranya mengurangi rasio angka kematian ibu, mengakhiri kematian bayi baru lahir dan balita, mengakhiri epidemi AIDS, tuberkulosis, malaria, dan penyakit tropis yang terabaikan, dan memerangi hepatitis, penyakit bersumber air, serta penyakit menular lainnya, mengurangi hingga sepertiga angka kematian dini akibat penyakit tidak menular, pencegahan dan pengobatan penyalahgunaan zat, termasuk penyalahgunaan narkoba dan penggunaan alkohol yang membahayakan dan mengurangi jumlah kematian dan kesakitan akibat bahan kimia berbahaya, serta polusi dan kontaminasi udara, air, dan tanah. Namun kembali pada pencapaian ekonomi dan literasi pasar kreatif payungi, mayarakat dapat meningkatkan kualitas hidupnya. Masyarakat mampu memilih pilihan terbaik bagi hidupnya dalam hal pemenuhan kebutuhan dasar seperti pangan yang bisa memperbaiki kesehatan. Selanjutnya dengan gerakan literasi, dapat memberikan aktivitas positif dan produktif bagi warga khususnya anak muda yang dapat mengalihkan dari aktivitas negatif seperti penyalahgunaan narkoba.

## **Pendidikan berkualitas**

Tujuan 4 Pendidikan berkualitas yaitu bagaimana meningkatkan pendapatan penduduk miskin, menjamin akses terhadap pelayanan dasar dan melindungi seluruh masyarakat dari segala bentuk bencana untuk menjamin dan setara secara kualitas dan mendukung kesempatan belajar seumur hidup bagi semua (uclg.org). Pemerintah telah berupaya untuk meningkatkan kualitas pendidikan melalui berbagai program seperti Kartu Indonesia Pintar (KIP). Walaupun demikian, disparitas kualitas pendidikan antara daerah perkotaan dan pedesaan masih menjadi tantangan. Target besar tujuan 4 yang tercantum dalam Metadata Indokator Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)/ *Sustainable Development Goals* (SDGs) Indonesia Pilar Pembangunan Sosial yaitu Menjamin Kualitas Pendidikan yang Inklusif dan Merata serta Meningkatkan Kesempatan Belajar Sepanjang Hayat untuk Semua. Gerakan literasi yang dibangun oleh para penggerak Payungi sudah terlihat dalam mendukung tujuan 4. Dimana membangun kualitas SDM melalui berbagai komunitas yang tumbuh dipayungi. Payungi University yang muncul ditahun kedua dan konsep pancadaya yang muncul di tahun kelima, dengan dimensi yang pertama adalah pengetahuan. Hal tersebut menunjukkan para penggerak payungi menjadikan pengetahuan sebagai dasar dan pondasi untuk membangun dan mengembangkan payungi. Di enam tahun payungi, mulai terlihat bagaimana masyarakat sudah terbiasa dengan literasi. Pesantren wirausaha yang diadakan setiap kamis malam selalu diikuti secara konsisten oleh masyarakat khususnya pedagang payungi. Selain itu, komunitas-komunitas yang tumbuh semakin berkembang dan menciptakan *skill* dari pegiatnya yang mayoritas kaum muda. Yang terpenting adalah mental dan spiritual masyarakat yang sudah terbangun, terlihat dari kebiasaan masyarakat yang sudah berani, kreatif, konsisten dengan aturan dan solidaritas diantara masyarakat yang kuat serta gotong royong yang sudah menjadi *culture* yang kuat di masyarakat. Konsep pendidikan yang ada di payungi memang bukan pendidikan formal namun pendidikan transformatif berbasis komunitas yang menjangkau semua kalangan dan semua usia. Dengan konsep pendidikan transformatif berbasis komunitas, para penggerak payungi berhasil membangun SDM payungi bukan hanya dari sisi ekonomi namun mental dan spiritual. Payungi sudah menjadi percontohan desa kreatif yang menginspirasi banyak daerah, hal tersebut terlihat dari banyaknya desa yang belajar di payungi melalui sekolah desa payungi.

## **Kesetaraan gender**

Tujuan 5 Kesetaraan Gender membicarakan tentang mengakhiri kekerasan dan diskriminasi terhadap perempuan dan memastikan mereka memiliki kesempatan yang sama dalam segala aspek kehidupan (uclg.org). Untuk mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan semua perempuan dan anak perempuan. Pemerintah telah mengambil langkah-langkah dalam rangka meningkatkan kesetaraan gender diantaranya melalui pemberdayaan perempuan dan peningkatan akses perempuan terhadap pendidikan dan pekerjaan. Meski demikian, masalah seperti kekerasan terhadap perempuan dan ketimpangan upah masih menjadi isu yang perlu diselesaikan. Kekerasan adalah setiap perbuatan terhadap seseorang yang berakibat timbulnya kesengsaraan atau penderitaan secara fisik, psikis, seksual, dan/atau penelantaran, termasuk ancaman untuk melakukan perbuatan, pemaksaan, atau perampasan kemerdekaan secara melawan hukum (UU. No. 35 Tahun 2014). Keseriusan para penggerak payungi dengan isu gender terlihat dari gerakan WES. WES Payungi merupakan pusat studi yang memiliki fokus kajian perempuan, gender dan lingkungan. WES memeberikan fasilitas pada kaum perempuan untuk dapat saling mendukung dan berkontribusi di masyarakat, berdaya bersama, serta menumbuhkan pengetahuan dan gerakan-gerakan perempuan yang berkelanjutan.

Payungi memiliki perhatian untuk menjadikan perempuan tidak hanya sebagai makhluk seksual tetapi sebagai makhluk intelektual, spriritual dan sosial. Dari aktivitas ekonomi, terlihat mayoritas pedagang di payungi adalah perempuan. Dimana dari 67 *tenant* di gelaran payungi terdapat sekitar 200 pedagang atau 90% adalah perempuan. WES melakukan pendampingan kepada perempuan dan anak secara berkelanjutan. Hal tersebut terlihat dari kegiatan yang diadakan oleh WES diantaranya Liqo Literasi, Sekolah Penggerak Perempuan (SPP), *Sunday Reading*. Kegiatan tersebut ditujukan untuk meningkatkan akses pendidikan dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan perempuan payungi, mendorong kemandirian dan mencegah kekerasan, meningkatkan kesadaran hak-hak perempuan serta memperkuat jaringan sosial dan komunitas perempuan. Keseriusan WES dalam membangun kualitas SDM perempuan payungi terlihat dari konsistensi gerakan yang masih terus berjalan sampai tahun keenam.

## KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan adanya peran pentahelix di pasar kreatif payungi, namun peran pemerintah kurang optimal dalam mendukung perkembangan pasar kreatif payungi. Sedangkan keempat unsur yang lain berperan besar dalam perkembangan pasar kreatif payungi. Akademisi berperan menumbuhkan budaya literasi yang membangun SDM payungi dengan penguatan mental dan spritual. Bisnis memberikan dukungan dalam bentuk materil secara berkelanjutan. Komunitas berperan penting dalam membangun jejaring payungi dengan pihak eksternal yang dapat menumbuhkan komunitas baru dalam payungi. Media berperan dalam *branding* payungi dan memperkenalkan payungi dalam jangkauan yang luas. Selanjutnya terkait Pasar Kreatif Payungi dalam pencapaian SDGs Pilar Pembangunan Sosial mengungkapkan bahwa keberadaan payungi mendukung secara langsung Tujuan 1 yaitu tanpa kemiskinan dimana pencapaian sisi ekonomi dari penyelenggaraan payungi dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat kelurahan yosomulyo. Dalam mendukung tujuan 2 dan tujuan 3 payungi tidak mendukung secara langsung namun dalam kaitannya keberhasilan pada tujuan 1 masyarakat dapat meningkatkan gizi dan kesehatan keluarganya. Dalam tujuan 4 payungi sangat mendukung tercapainya kualitas pendidikan untuk masyarakat kelurahan yosomuluo. Dengan konsep pendidikan transformatif berbasis komunitas, para penggerak payungi berhasil membangun SDM payungi dengan budaya literasi. Selanjutnya dalam tujuan 5 kesetaraan gender, para penggerak payungi sangat serius untuk menjadikan perempuan payungi sebagai makhluk intelektual, spriritual dan sosial. Temuan lain dari penelitian ini adalah ada beberapa hal yang membuat Pasar Kreatif Payungi dapat bertahan dan berkembang adalah kepedulian, gotong royong dan pengetahuan.

## REFERENSI

- Astuti, R. S., Warsono, H., & Rachim, A.. Collaborative Governance Dalam Perpektif Administrasi Publik. Program Studi Doktor Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik *Universitas Diponegoro Press*; 2020.
- Bappenas (2023). Metadata Indikator Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)/ Sustainable Development Goals (SDGs) Indonesia: Pilar Pembangunan Sosial. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.

- BPS (2024). Persentase Penduduk Miskin (P0) Menurut Provinsi dan Daerah (Persen), 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTkyIzI=/persentase-penduduk-miskin--maret-2024.html>
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. (2009). 'Mode 3'and'Quadruple Helix': toward a 21st century fractal innovation ecosystem. *International journal of technology management*, 46(3-4), 201-234
- Chamidah, N., Guntoro, B., & Sulastri, E. (2020). Marketing communication and synergy of pentahelix strategy on satisfaction and sustainable tourism. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 177-190.
- Darmawan, A. (2020). *Mendukung Pengembangan Kawasan Ekonomi Pariwisata di Provinsi Bangka Belitung: Penerapan Modifikasi Konsep Ekowisata berbasis Pendekatan Penta-Helix*.
- De Sousa Jabbour, A. B. L. (2015). Understanding the genesis of green supply chain management: lessons from leading Brazilian companies. *Journal of Cleaner Production*, 87, 385-390.
- Department of Economic and Social Affairs Development Sustainable. The 17 Goals. 2020 (cited 2024 maret 4). Available from *United Nations website*: <https://sdgs.un.org/goals>
- Emerson K, Nabatchi T, Balogh S. An Integrative Framework for Collaborative Governance. *Journal of Public Administration Research and Theory*. 2011;22(1):1-29
- Halibas, A. S., Sibayan, R. O., & Maata, R. L. R. (2017). the Penta Helix Model of Innovation in Oman: an HEI Perspective. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge & Management*, 12, 159-174
- Hasan, M. & Azis, M. *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal*. Jakarta: Pustaka Taman Ilmu: 2018
- Indrayani, I. A. D., Prabawati, N. P. A., & Yudartha, I. P. D. (2024). Collaborative Governance Berbasis Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan (Studi Kasus: Desa Wisata Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar). *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 2(2).
- Kelvin K, Widianingsih I, Buchari R. KOLABORASI MODEL PENTA HELIX DALAM MEWUJUDKAN SMART VILLAGE PONDOK RANJI. J-3P [Internet]. 30Nov.2022;7(2):1-5. Available from: <https://ejournal.ipdn.ac.id/JPDPP/article/view/2587>
- Leonardo, D., Suhada, B., & Imantoro, J. (2022, October). Analisis Komparatif Tingkat Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Adanya Pasar Kreatif Payungi Kota Metro. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (SNPPM) UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO* (Vol. 4, No. 1, pp. 24-32).
- Luthfiyah, L., Subekti, S., & Mustapit, M. (2024). Peran Pentahelix dalam Pengembangan Usahatani Sayur Desa Sukorambi, Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember. *Jurnal Kirana*, 5(1), 92-105.
- Miles, M.B & A.M Huberman. *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publications Inc: 1994.
- Payungi.org. Berkah di Ulang Tahun ke-4, Omset Payungi Tembus Hingga 103 Juta [Internet]. Admin Magang, editor. 2022 [cited 2024 Agustus 16]. Available from: <https://payungi.org/berkah-di-ulang-tahun-ke-4-omset-payungi-tembus-hingga-103-juta/#>

- Pradhipta, R. A., & Nofiyanti, F. (2021). Penta helix strategy in rural tourism (case study of tugu utara bogor). In *E3S Web of Conferences* (Vol. 232, p. 04010). EDP Sciences.
- Septadiani, W. P., Pribadi, I. O. S., & Rosnarti, D. (2022, October). Peran Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. In *Prosiding Seminar Intelektual Muda* (Vol. 4, No. 1, pp. 22-31).
- Sudiana, K., Sule, E. T., Soemaryani, I., & Yunizar, Y. (2020). The development and validation of the penta helix construct. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 136–145.
- Sugiyono. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta: 2014
- Sutawa, G. K. (2012). Issues on Bali tourism development and community empowerment to support sustainable tourism development. *Procedia economics and finance*, 4, 413-422
- Uclg.org [cited 2024 Agustus 20]. Available from:  
<https://www.uclg.org/sites/default/files/tujuan-sdgs.pdf>
- ULFA, N. (2020). *IMPLEMENTASI PILAR SOSIAL SDGs DALAM PROGRAM CSR PERTAMINA HULU ENERGI OFFSHORE NORTH WEST JAVA DAN UNILEVER INDONESIA* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Yunas, N. S., Wahyuningsih, E., & Jatmiko, A. R. (2021). Strengthening community in increasing village potential through pentahelix collaboration. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 10(1), 149-157.