
**DAMPAK SOCIAL CAPITAL DAN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION
PADA INNOVATION CAPABILITIES DALAM KONTEKS UMKM****Oleh****Elistia¹, Dedi Purwana², Usep Suhud³, Tuty Sariwulan⁴****¹Universitas Esa Unggul, Jakarta****^{2,3,4} Universitas Negeri Jakarta****Email: elistia@esaunggul.ac.id****Abstract**

The innovation capabilities of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are very important to enhance the competitive advantage and performance of the business. The aim of the research is to analysis the effect of Social Capital (SC) and Entrepreneurial Orientation (EO) on Innovation Capabilities (In). This research is a descriptive study by applying a quantitative methodology to analyses the significance of the factors that affect Innovation Capabilities using simple random sampling technique on 86 respondents of culinary MSMEs located in DKI Jakarta, Indonesia. Data processing and analysis was carried out using SMART PLS. The results of hypothesis testing indicate that Entrepreneurial Orientation (EO) have a positive and significant effect on Innovation Capabilities (In), but Social Capital (SC) is not significant. Therefore, further research will conduct research model that makes SC as an indirect variable and develop a research model framework for other factors that have an impact on Innovation Capability and Business Performance.

Keywords: Innovation Capabilities, Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Kinerja Usaha

PENDAHULUAN

Kewirausahaan mendapatkan banyak perhatian dari studi bisnis dan ekonomi, sehingga kewirausahaan meningkatkan ekonomi dengan mengembangkan lapangan kerja, mempromosikan perubahan sosial dengan meningkatkan standar hidup, dan menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat akan layanan dan produk dalam jenis kehidupan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial. Di antara bisnis baru dan pemula, hanya 10% bisnis kecil yang bertahan selama tiga tahun beroperasi (Vesper, 1990), di mana sebuah perusahaan dapat disebut sukses jika didirikan minimal tiga tahun (Watson, Hogarth-Scott dan Wilson, 1998; Taormina dan Lao, 2007; Makhbul dan Hasun, 2011). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang saat ini menjadi sorotan yang tergolong sebagai alat pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM di suatu negara lebih baik dalam menghadapi

krisis jika dibandingkan dengan usaha besar, meskipun ada beberapa UMKM yang juga mengalami kesulitan saat krisis. Bisnis ini dikenal mampu beradaptasi lebih cepat dan fleksibel dibandingkan perusahaan besar terhadap faktor lingkungan atau perubahan eksternal. Keberadaan UMKM di Indonesia dapat membantu pergerakan perekonomian Indonesia terutama pasca krisis tahun 2017 hingga sekarang. Pada tahun 2017, UKM di Indonesia memberikan kontribusi sebesar 62,57% dari total PDB (Produk Domestik Bruto Indonesia), meningkat dari 60,34% pada tahun 2016 dan 57,84% pada tahun 2015 (Bank Indonesia, 2018). Menurut data BPS (2019), Hasil Survei Industri Kecil Menengah (IMK) 2019 menunjukkan jumlah IMK di DKI Jakarta sebanyak 62929 unit. Jumlah IMK tahun 2019 di DKI Jakarta meningkat pesat jika dibandingkan jumlah IMK tahun 2018 sebanyak 37.850 unit. Namun jika dilihat dalam 7 (tujuh) tahun terakhir, perkembangan

jumlah pelaku usaha cenderung fluktuatif. Jumlah IMK tertinggi tercatat pada tahun 2016 sebanyak 94.549 unit. Jumlah IMK di DKI Jakarta pada tahun 2019 sebanyak 50.030 usaha mikro (79,50 persen), sisanya 12.899 unit merupakan industri kecil (20,50 persen). perkembangan jumlah usaha cenderung fluktuatif. Jumlah IMK tertinggi tercatat pada tahun 2016 sebanyak 94.549 unit. Jumlah IMK di DKI Jakarta pada tahun 2019 sebanyak 50.030 usaha mikro (79,50 persen), sisanya 12.899 unit merupakan industri kecil (20,50 persen). Perkembangan jumlah usaha cenderung fluktuatif, jumlah IMK tertinggi tercatat pada tahun 2016 sebanyak 94.549 unit. Jumlah IMK di DKI Jakarta pada tahun 2019 sebanyak 50.030 usaha mikro (79,50 persen), sisanya 12.899 unit merupakan industri kecil (20,50 persen).

Dalam ekonomi yang dinamis saat ini, inovasi menghasilkan sumber utama keunggulan kompetitif, yang ditandai dengan siklus hidup produk yang lebih pendek (Duran et al., 2016). Beberapa penelitian telah mengakui kemampuan inovasi sebagai aspek penting dari inovasi dalam organisasi, kemampuan inovasi mengacu pada berbagai kemampuan yang mendasari organisasi, orientasi dan karakteristik yang menghasilkan inovasi (Terziovski dan Samson, 2007; Holtzman, 2014; Rajapathirana dan Hui, 2018). Orientasi kewirausahaan sangat penting bagi UMKM, karena semua UMKM berusaha untuk bertahan di industri dari persaingan. Orientasi kewirausahaan sangat penting bagi UMKM, berusaha untuk bertahan dalam persaingan industri. UMKM harus mengambil risiko untuk berinvestasi dalam produk dan layanan inovatif, memasuki pasar potensial baru dan melakukan pertukaran inovatif yang ketat, dan siap bersaing dengan perusahaan besar dan mendapatkan posisi kompetitif di industri.

Berdasarkan pengukuran Kemampuan Inovasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor penting tersebut, maka perlu dilakukan analisis kajian terhadap instrumen yang telah diamati

dari penelitian sebelumnya kemudian peneliti mengembangkannya menjadi sebuah model dan perlu diuji. Oleh karena itu, kebutuhan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh faktor Modal Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kemampuan Inovasi pada UMKM yang berada di DKI Jakarta.

LANDASAN TEORI

Kemampuan Inovasi

Inovasi membutuhkan berbagai pengembangan kemampuan di seluruh organisasi (Lau, Yam dan Tang, 2010; Rubera dan Kirca, 2012), mengarah pada inovasi dalam organisasi. Kemampuan inovasi harus melibatkan karakteristik tingkat fungsional dan organisasi yang berbeda yang berkontribusi pada inovasi organisasi secara keseluruhan (Sulistyo, 2016). Inovasi sangat bergantung pada interaksi; Aktivitas inovatif merupakan variabel dari sejauh mana kemampuan belajar. Kemampuan organisasi didasarkan pada rutinitas yang memungkinkan perusahaan untuk memperbaiki, memperluas, dan meningkatkan kompetensi yang ada, yang mengarah pada inovasi dalam organisasi (Zhang dan Xu, 2008). Lebih-lebih lagi, Susanna Camps & Marques (2014) berpendapat bahwa kemampuan strategis melibatkan kemampuan untuk mengelola tujuan organisasi yang sangat ambisius dan mengidentifikasi perbedaan antara ambisi ini dan sumber daya yang ada untuk memanfaatkan sumber daya yang terbatas secara kreatif (Camps & Marques, 2014).

Modal Sosial

Modal sosial yang dimiliki UMKM merupakan ciri kehidupan jaringan sosial, norma, dan kepercayaan yang memungkinkan anggota organisasi UMKM untuk bertindak bersama sehingga dapat lebih efektif mencapai tujuan bersama. Beberapa peneliti merefleksikan pentingnya modal sosial terhadap inovasi (Landry, Amara dan Lamari, 2002; Brata, 2009; Camps and Marquès, 2011). Jejaring sosial dalam modal sosial dibangun atas dasar persahabatan,

kekerabatan, kedekatan geografis, sehingga pengusaha bisa mendapatkan informasi pasar yang murah dan cepat. Modal sosial yang tinggi dapat meningkatkan kemampuan wirausahawan untuk menjadi yang pertama dalam mengidentifikasi tren baru dan mencoba mengembangkan produk baru. Informasi dalam jaringan yang telah dibangun seperti permintaan pelanggan, evaluasi kekuatan pesaing, periklanan, dan layanan kepada pelanggan menjadi dasar bagi pengusaha untuk berinovasi.

Jejaring sosial dalam modal sosial dibangun berdasarkan persahabatan, kerabat, kedekatan geografis, sehingga pengusaha dapat memperoleh informasi pasar secara efektif. Dengan modal sosial yang tinggi meningkatkan kemampuan wirausahawan, mengidentifikasi tren baru dan mencoba mengembangkan produk baru dengan cepat. Kemampuan berinovasi menjadi dasar bagi wirausahawan dalam mengelola jaringan informasi seperti permintaan pelanggan, persaingan, periklanan, dan layanan pelanggan. Modal sosial memainkan peran yang menguntungkan melalui peningkatan kemampuan inovasi perusahaan (Dutta, 2013). Putra et.al (2020) menyatakan bahwa modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan berinovasi, dan keberhasilan usaha UKM. Selanjutnya, modal sosial wirausahawan menciptakan dan memperluas pengetahuan tentang pelanggan, bahan baku, dan pesaing dan merupakan kunci untuk memperoleh informasi yang efektif untuk melakukan inovasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kami berhipotesis:

Modal Sosial (*Social Capital*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kemampuan (*Inovasi Innovation Capability*)

Orientasi Kewirausahaan

Belakangan ini, kewirausahaan telah muncul sebagai kontributor penting bagi perekonomian, di mana orientasi kewirausahaan adalah dasar untuk sukses. Orientasi kewirausahaan ditunjukkan dalam tindakan, prosedur, kebijakan, metode, strategi pengambilan keputusan kewirausahaan di

UKM (Wiklund dan Shepherd, 2003). Literatur telah mengkonfirmasi bahwa orientasi kewirausahaan secara signifikan mempengaruhi kinerja inovasi (Tang, Chen dan Jin, 2015; Si et.al., 2020). Orientasi kewirausahaan sangat penting bagi UKM, hal tersebut dalam upaya UKM untuk mencoba bertahan di industri dan menghadapi persaingan dari pengusaha tingkat tinggi. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing, UKM harus berinovasi dan proaktif dalam menetapkan tujuan dan praktik strategisnya (Shah dan Ahmad, 2019; Isichei, Agbaeze dan Odiba, 2020). Iqbal et.al (2021) dalam hasil penelitiannya terdapat hubungan langsung positif yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja inovasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kami berhipotesis:

Orientasi Kewirausahaan (*Entrepreneurial Orientation*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas Inovasi (*Innovation Capability*)

METODE PENELITIAN

Analisis data

Ada dua model dasar dalam model persamaan: model pengukuran dan model struktural. Model penelitian pengukuran terdiri dari indikator manifes dan variabel laten serta merupakan fungsi linier dari variabel observasi. Model struktural merupakan kombinasi dari analisis faktor dan analisis jalur. Ini terutama mempelajari hubungan antara indikator manifes dan variabel laten, serta hubungan antara variabel laten (Collier, 2020). Dalam model analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*, hubungan regresi model pengukuran adalah analisis faktor konfirmatori, yang mengeksplorasi hubungan sebab akibat antara variabel laten dan variabel yang diamati. Hubungan regresi model struktural setara dengan analisis jalur tradisional, yang secara langsung mengeksplorasi hubungan kausal antara variabel laten.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan kuesioner dianalisis

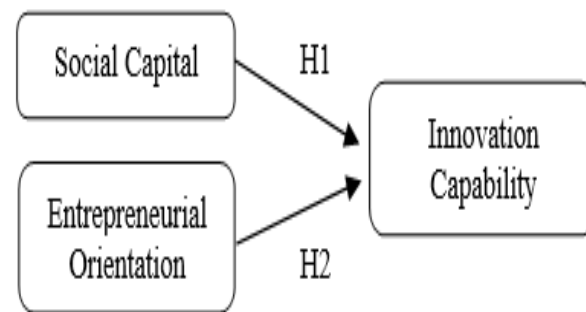
melalui pendekatan SEM. SEM merupakan generasi kedua dari analisis multivariat dalam penelitian ini. Metode ini sangat populer di kalangan akademisi dan peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner. Untuk penilaian validitas, perlu dipenuhi pengukuran *Convergent Validity* (*Average Variance Extracted-AVE*) dan *Construct Validity*. Penelitian ini menggunakan kriteria pengukuran reliabilitas yaitu nilai Composite Reliability sebesar 0,7.

Hasil yang diperoleh dari estimasi model pengukuran mendukung sifat psikometrik skala pengukuran (reliabilitas dan validitas). Reliabilitas skala (Tabel 2) dikonfirmasi oleh koefisien *Alpha Cronbach* dan reliabilitas komposit (Bagozzi dan Yi, 1988) jelas di atas nilai minimum yang dipersyaratkan 0,7 (Hair et al., 2010). Validitas konvergen alat ukur juga dikonfirmasi karena, untuk semua konstruk, nilai koefisien AVE di atas 0,50 dan faktor pemuatan item di atas atau mendekati 0,7, yang signifikan pada level 0,01 (Tabel 2). Pada gilirannya, penelitian ini mengikuti tiga pendekatan untuk mengevaluasi validitas diskriminan skala penilaian (Tabel 3 dan 4). Pertama, diamati bahwa beban faktor untuk setiap item dalam konstruk terkait dalam setiap kasus lebih besar daripada beban pada faktor laten lainnya. Selanjutnya, semua faktor memenuhi kriteria yang diusulkan oleh Fornell & Larcker (1981), karena akar kuadrat dari masing-masing koefisien AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk (Tabel 3). Akhirnya, nilai *Heterotrait-Monotrait (HT-MT)*, dalam setiap kasus, berada di bawah ambang batas 0,90 (Henseler, Ringle dan Sarstedt, 2015) (Tabel 4). Hasil ini mengkonfirmasi validitas diskriminan dari skala penilaian yang digunakan dalam penelitian empiris.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha di Jakarta dengan jumlah sampel 86 responden dengan pengambilan data melalui purposive sampling. Responden adalah pengusaha di bidang kuliner yang telah menjalankan usahanya selama 3 – 10 tahun, dan memiliki pendapatan berkisar antara Rp

3.000.000 hingga Rp 9.000.000 per bulan. Pengumpulan data penelitian dilakukan pada bulan April hingga Mei 2021. Kuesioner diisi melalui formulir online kepada 100 responden, dan hanya 86 orang yang memenuhi syarat untuk diolah.

Di bawah ini adalah model penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *SMART Partial Least Square (PLS)*. PLS merupakan analisis persamaan struktural berbasis varians (SEM) yang dapat menguji model pengukuran sekaligus menguji model struktural.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh antara *Social Capital* (SC) terhadap *Innovation Capability* (In)

H2: Terdapat pengaruh *Entrepreneurial Orientation* (EO) terhadap *Innovation Capability* (In)

Instrumen Penelitian

Modal Sosial diukur dengan tujuh indikator yang diadaptasi dari Purwati & Hamzah (2021, p. 324) dan Thanh et.al. (2020, p. 5). Kemampuan Inovasi diukur dengan tujuh indikator yang diadaptasi dari: Goldsby et.al. (2018, p. 8). Untuk Orientasi Kewirausahaan diukur dengan tujuh indikator yang diadaptasi dari: Bonney & Miles (2020, p. 526) dan Thanh et.al (2020, p. 5). Responden memilih jawaban setuju mereka dengan setiap item pada skala Likert enam poin (1 - sangat tidak setuju sampai 6 - sangat setuju).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Reliabilitas, Uji Validitas, dan Koefisien Determinasi ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Reliabilitas, Uji Validitas, dan Koefisien Determinasi

Variable	Indicator	Factor Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Social Capital (SC)	SC2	0,887	0,892	0,925	0,755
	SC3	0,906			
	SC4	0,814			
	SC5	0,867			
Innovation Capability (In)	In2	0,768	0,898	0,925	0,711
	In3	0,830			
	In4	0,852			
	In5	0,887			
	In6	0,874			
	EO5	0,708			
Entrepreneurial Orientation (EO)	EO6	0,838	0,914	0,930	0,625
	EO9	0,831			
	EO13	0,797			
	EO14	0,808			
	EO15	0,706			
R Square		0,601			
Adjusted R Square		0,591			

Indikator dihapus karena *loading factor* kurang dari 0,7. Indikator Social Capital yang dihilangkan adalah SC1. Sedangkan variabel indikator Orientasi Kewirausahaan adalah EO1, EO2, EO3, EO4, EO7, EO8, EO10, EO11, EO12. Selanjutnya untuk variabel indikator Inovasi yang dihapus adalah In1.

Alpha Cronbach

Hasil reliabilitas item dengan menggunakan Cronbach's Alpha ditunjukkan pada tabel 2. Menurut Hair et al., 1998 lebih besar atau sama dengan 0,80 untuk skala baik, 0,70 untuk skala yang dapat diterima dan 0,60 untuk skala untuk tujuan eksplorasi. Koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha berkisar antara 0 sampai 1. Hasil Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa SC (0,892), In (0,898), EO (0,914). Dengan demikian, indikator-indikator tersebut memenuhi syarat yang dipersyaratkan.

Composite Reliability

Composite reliability adalah alternatif yang lebih disukai untuk alpha Cronbach sebagai uji validitas konvergen dalam model reflektif. Keandalan komposit bervariasi dari 0 hingga 1, dengan 1 menjadi perkiraan keandalan yang sempurna. Dalam model yang memadai untuk tujuan eksplorasi, keandalan komposit harus sama dengan atau lebih besar dari 0,6 (Chin, 1998; Hock, Ringle dan Sarstedt, 2010); sama dengan atau lebih dari 0,70 untuk model yang memadai untuk tujuan

konfirmasi (Henseler, Ringle dan Sarstedt, 2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Composite reliability SC (0,925), In (0,925), EO (0,930) membuktikan bahwa semua paradigma reflektif memiliki tingkat reliabilitas konsistensi internal yang lebih tinggi.

Average Variance Extracted (AVE)

AVE dapat digunakan sebagai uji validitas konvergen dan divergen. AVE mencerminkan komunalitas rata-rata untuk setiap faktor laten dalam model reflektif. Pada model yang memadai, AVE harus lebih besar dari 0,5 (Chin, 1998; Hock, Ringle dan Sarstedt, 2010) serta lebih besar dari cross-loading, yang berarti faktor-faktor tersebut harus menjelaskan setidaknya setengah dari varians masing-masing indikator. AVE di bawah 0,50 berarti varians kesalahan melebihi varians yang dijelaskan. Dari tabel 2 hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai AVE SC (0,755), In (0,711), EO (0,625) membuktikan bahwa semua paradigma reflektif memiliki tingkat reliabilitas konsistensi internal yang lebih tinggi.

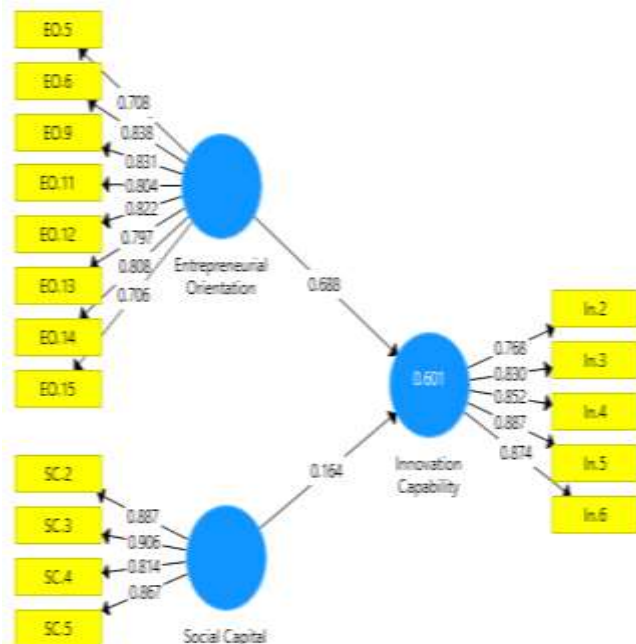
Discriminant Validity and Correlation Matrix

Williams & MacKinnon, 2008 menyarankan bahwa untuk menetapkan validitas diskriminan, akar kuadrat dari AVE harus lebih tinggi daripada korelasi konstruk dengan semua konstruk lain dalam model struktural. Korelasi antar konstruk menunjukkan bahwa setiap konstruk berbagi nilai varians yang lebih besar dengan ukurannya sendiri dibandingkan dengan ukuran lainnya. Singkatnya, model pengukuran memastikan bahwa validitas diskriminan sudah mapan.

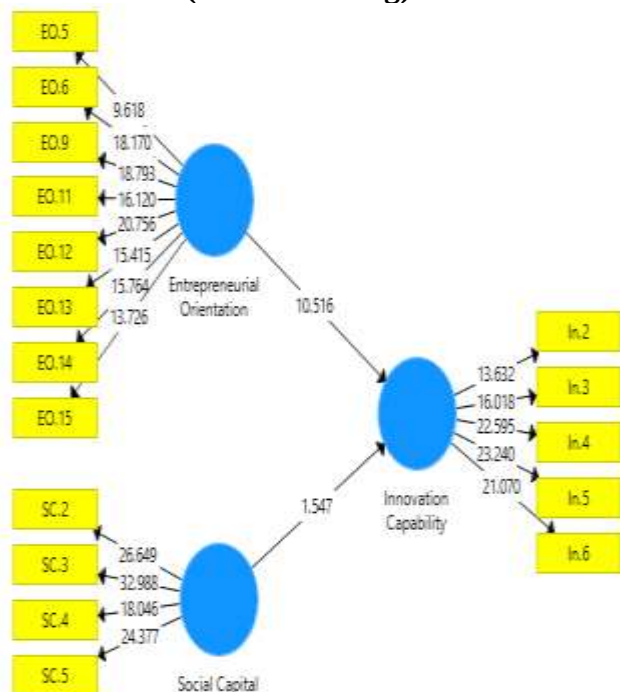
Tabel 2. Validitas Diskriminan dan Matriks Korelasi

Construct	EO	In	SC
EO	0,791		
In	0,761	0,843	
SC	0,446	0,470	0,869

Fit Structural Equation Model



Gambar 2. Model Persamaan Struktural (Outer Loading)



Gambar 3. Model Persamaan Struktural (Bootstrapping)

Model struktural untuk penelitian ini masing-masing digambarkan pada Gambar 2 dan Gambar 3, di mana R² mewakili nilai untuk setiap variabel laten endogen dan diprediksi. R² sebesar 0,601 untuk variabel terikat yaitu pengungkapan sukarela. Hal ini

berarti bahwa dua variabel bebas yaitu *Social Capital* (SC), *Entrepreneurial Orientation* (EO), cukup untuk menjelaskan 59,1% terhadap *Innovation Capability* (In).

Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1:

Nilai *t* yang dihipotesiskan adalah *Social Capital* (SC) dan *Innovation Capability* (In) sebesar 1,547, nilai kebutuhan yang lebih rendah sebesar 1,96, dengan $< 0,05$; dan nilai *p* adalah 0,123. Jadi, jalur hipotesis SC dan In dari model dalam tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa SC tidak berpengaruh signifikan terhadap In, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Putra et.al. (2020). Dilihat dari nilai indikator pada tabel 2 menunjukkan bahwa SC cukup kuat, nilai ini masih lebih tinggi dari nilai indikator In. Sedangkan nilai rata-rata indikator untuk EO paling rendah dibandingkan dengan SC dan In. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya nilai indikator SC tidak berbanding lurus dengan In.

Hipotesis 2:

Nilai *t* yang dihipotesiskan adalah *Entrepreneurial Orientation* (EO) dan *Innovation Capability* (In) sebesar 10,516, ini di atas nilai yang dipersyaratkan sebesar 1,96, dengan $< 0,05$; dan nilai *p* adalah 0,000. Jadi, hipotesis EO dan In dari model dalam adalah signifikan secara statistik.

Tabel 3. Hasil Hipotesis Penelitian

Hypothesized Path (Inner Model)	T Statistic (IO/STDEVI)	P Values	Result
SC → In	1,547	0,123	Ditolak
EO → In	10,516	0,000	Diterima

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima jika $\text{sig}(\text{nilai } P \text{ Values}) < 0,05$ dan *T*-statistik $> 1,96$.

Opsi bootstrap telah digunakan untuk menentukan signifikansi statistik dari koefisien jalur dan untuk menghitung nilai-*t* dalam penelitian ini (Tabel 3).

Rata – Rata Hasil Jawaban Responden

Dari hasil rata-rata jawaban responden untuk setiap indikator yang valid menunjukkan bahwa rata-rata terendah adalah variabel EO,

dan tertinggi adalah SC. Mungkin salah satu alasan mengapa pengaruh SC tidak signifikan terhadap In, adalah karena nilai SC tinggi tetapi rata-rata In rendah. Selain itu, kuesioner penelitian menyediakan ruang komentar yang berisi saran, kritik, dan saran untuk kemajuan UMKM. Isi utama komentar tersebut adalah harapan kepada pemerintah dalam membantu seperti pelatihan, pendampingan, dan permodalan. Artinya pelaku UMKM belum mampu secara mandiri mengembangkan usahanya, hasil penelitian (Elistia, 2020), mengemukakan bahwa faktor kemandirian usaha sangat penting dalam berusaha serta memiliki komitmen dan daya juang yang kuat untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Tabel 4. Rata-rata Jawaban Responden dari Setiap Indikator Valid

No.	SC	Avg	EO	Avg	In	Avg
1.	SC.2	5.070	EO.5	4.198	In.2	4.558
2.	SC.3	5.000	EO.6	4.384	In.3	4.407
3.	SC.4	5.058	EO.9	4.360	In.4	4.233
4.	SC.5	4.895	EO.11	4.640	In.5	4.442
5.			EO.12	4.419	In.6	4.233
6.			EO.13	4.221		
7.			EO.14	4.291		
8.			EO.15	3.709		
Ttl Avg		5,006		4,278		4,374

Lebih lanjut, penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *Resource Based-View (RBV)* terkait erat dengan orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasinya dengan mengidentifikasi ide-ide kreatif, berani mengambil risiko, dan keterampilan proaktif yang meningkatkan kinerja UKM (Isichei, Emmanuel Agbaeze dan Odiba, 2020). RBV secara signifikan berhubungan dengan kinerja UKM karena mengasumsikan bahwa kemampuan internal sangat penting untuk peningkatan kinerja dan keunggulan kompetitif perusahaan. Teori tersebut menjelaskan bahwa sumber daya internal perusahaan meliputi aset berwujud, sumber daya keuangan, sumber daya organisasi dan manusia (Barney, 1991). UKM harus memanfaatkan sumber daya ini secara inovatif untuk meningkatkan kinerja (Chuang, 2004).

Data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menyebutkan, jumlah usaha kuliner di Indonesia pada 2018 mencapai 5,55 juta unit atau 67,66% dari total 8,20 juta usaha ekonomi

kreatif. Rata-rata pertumbuhan bisnis ekonomi kreatif selama 7 tahun terakhir adalah 9,82%. Namun, saat ini sekitar 60% pelaku usaha kuliner di Indonesia dilanda pandemi COVID-19 yang untuk sementara menghentikan roda perekonomian usahanya. Namun di sisi lain, ada juga yang masih bisa bertahan dan bangkit serta siap menjalani new normal meski sudah dilanda Corona Disease (Alfi Kholisdinuka, 2020).

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian pengujian hipotesis, bahwa EO berpengaruh positif dan signifikan terhadap In, tetapi terhadap SC tidak signifikan. Ada kemungkinan SC yang dimiliki oleh UMKM tidak akan berdampak langsung pada In. Jika dilihat dari hasil rata-rata jawaban responden bahwa EO dan In berada pada angka 4 yang artinya kurang baik (4 = agak setuju dengan pernyataan tersebut), sedangkan rata-rata jawaban SC adalah 5 yang artinya adalah cukup pada tingkat baik (5 = setuju dengan pernyataan). Jadi, bisa dikatakan bahwa SC yang tinggi belum tentu berdampak pada jaminan EO dan In yang tinggi. Sifat-sifat unik modal sosial melibatkan hubungan timbal balik yang menyatukan individu dan tim dengan berbagai hubungan sosial, hubungan timbal balik yang penting untuk kinerja perusahaan yang inovatif (Reagans dan Zuckerman, 2001). Untuk penelitian lebih lanjut mempertimbangkan Samad (2020) mengusulkan modal sosial sebagai faktor mediasi pada hubungan antara modal manusia dan kinerja perusahaan yang inovatif.

Saran

Untuk meningkatkan orientasi kewirausahaan dan mendorong inovasi, maka penting pendampingan dan pelatihan oleh pihak terkait, melalui pelatihan ini diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kapasitas UMKM, sehingga dapat bertahan, meningkatkan kondisi perekonomian, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan yang didukung oleh kreativitas dan inovasi, untuk kemajuan usaha sehingga mampu

menghadapi tantangan dan perubahan, serta berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat (Elistia, 2021).

Kondisi persaingan dan lingkungan bisnis yang tidak menentu seperti saat ini sedang dilanda pandemi Covid-19, yang membuat para pengusaha berpikir bahwa manajemen bisnis harus bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang demikian. Mereka perlu memikirkan strategi bisnis dan ide-ide inovatif. Strateginya adalah bagaimana visi dan misi dalam kondisi saat ini dibandingkan dengan apa yang diharapkan. Parnell (2010) menemukan bahwa strategi kombinasi yang diterapkan perusahaan memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan. Kemampuan inovasi menjadi syarat mutlak bagi para wirausahawan untuk menghadapi situasi di masa pandemi Covid-19.

Penelitian ini dibatasi pada dua faktor yang berpengaruh terhadap In, sehingga pada penelitian selanjutnya peneliti akan membuat model penelitian yang SC sebagai variabel tidak langsung dan mengembangkan kerangka model penelitian untuk faktor-faktor lain yang mempengaruhi Kemampuan Inovasi, dan keberhasilan bisnis berdasarkan studi dari peneliti terkemuka lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alfi Kholisdinuka. (2020). *This Culinary Business Continues to Survive Even though Corona is Rampant*. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-5051478/bisnis-kuliner-ini-tetap-bertahan-meski-corona-merajalela>
- [2] Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94.
- [3] Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- [4] Bonney, L. B., & Miles, M. P. (2020). *Entrepreneurial orientation , knowledge acquisition and collaborative performance in agri-food value-chains in emerging markets*. 5(February), 521–533. <https://doi.org/10.1108/SCM-09-2019-0327>
- [5] Brata, A. G. (2009). *Innovation and Social Capital in the Small-Medium Enterprises: a case of bamboo handicraft in Indonesia*.
- [6] Camps, S, & Marquès, P. (2011). Social capital and innovation: exploring intra-organisational differences. *UAM-Accenture Working Papers*, 7, 1–39.
- [7] Camps, Susanna, & Marques, P. (2014). Exploring how social capital facilitates innovation: The role of innovation enablers. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, 325–348.
- [8] Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- [9] Chuang, S.-H. (2004). A resource-based perspective on knowledge management capability and competitive advantage: an empirical investigation. *Expert Systems with Applications*, 27(3), 459–465.
- [10] Collier, J. E. (2020). *Applied structural equation modeling using AMOS: Basic to advanced techniques*. Routledge.
- [11] Duran, P., Kammerlander, N., Van Essen, M., & Zellweger, T. (2016). Doing more with less: Innovation input and output in family firms. *Academy of Management Journal*, 59(4), 1224–1264.
- [12] Dutta, D. K. (2013). Benefiting from your buddy: A conceptual exploration of the links between social capital and firm innovative capability under environmental turbulence. *American Journal of Business*.
- [13] Elistia. (2020). Analysis of Entrepreneurial Knowledge, Achievement Motives And Business Independence towards Entrepreneurial Behavior In Joint Business Groups. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(4), 766–774.
- [14] Elistia. (2021). Pelatihan Pengelolaan Manajemen Bisnis Untuk UMKM di Era New Normal. *Seminar Nasional APDI*

- Mengabdikan Untuk Negeri (SNAMN) "Pengabdian Masyarakat Di Era New Normal," 2, 295–298.
- [15] Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- [16] Goldsby, M. G., Kuratko, D. F., Bishop, J. W., Kreiser, P. M., & Hornsby, J. S. (2018). Social proactiveness and innovation: The impact of stakeholder salience on corporate entrepreneurship. *Journal of Small Business Strategy*, 28(2), 1–15.
- [17] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Cluster Analysis. Multivariate data analysis. Volume 7th ed. Edited by: Hair JF*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- [18] Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- [19] Hock, C., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2010). Management of multi-purpose stadiums: Importance and performance measurement of service interfaces. *International Journal of Services Technology and Management*, 14(2–3), 188–207.
- [20] Holtzman, Y. (2014). A strategy of innovation through the development of a portfolio of innovation capabilities. *Journal of Management Development*.
- [21] Iqbal, S., Moleiro Martins, J., Nuno Mata, M., Naz, S., Akhtar, S., & Abreu, A. (2021). Linking entrepreneurial orientation with innovation performance in SMEs; the role of organizational commitment and transformational leadership using smart PLS-SEM. *Sustainability*, 13(8), 4361.
- [22] Isichei, E. E., Agbaeze, K. E., & Odiba, M. O. (2020). Entrepreneurial orientation and performance in SMEs: The mediating role of structural infrastructure capability. *International Journal of Emerging Markets*.
- [23] Isichei, E. E., Emmanuel Agbaeze, K., & Odiba, M. O. (2020). Entrepreneurial orientation and performance in SMEs. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1219–1241. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2019-0671>
- [24] Landry, R., Amara, N., & Lamari, M. (2002). Does social capital determine innovation? To what extent? *Technological Forecasting and Social Change*, 69(7), 681–701.
- [25] Lau, A. K. W., Yam, R. C. M., & Tang, E. P. Y. (2010). The impact of technological innovation capabilities on innovation performance: An empirical study in Hong Kong. *Journal of Science and Technology Policy in China*.
- [26] Makhbul, Z. M., & Hasun, F. M. (2011). Entrepreneurial success: An exploratory study among entrepreneurs. *International Journal of Business and Management*, 6(1), 116.
- [27] Parnell, J. A. (2010). Strategic clarity, business strategy and performance. *Journal of Strategy and Management*.
- [28] Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). *Astri Ayu Purwati*. 7, 323–330. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.11.021>
- [29] Putra, I., Sunarsih, N., Novitasari, L., & Setini, M. (2020). Exploring the relationship between social capital, innovation capability and innovation during the coronavirus pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(4), 857–864.
- [30] Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 44–55.
- [31] Reagans, R., & Zuckerman, E. W. (2001). Networks, diversity, and productivity: The social capital of corporate R&D teams. *Organization Science*, 12(4), 502–517.

-
- [32] Rubera, G., & Kirca, A. H. (2012). Firm innovativeness and its performance outcomes: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Marketing*, 76(3), 130–147.
- [33] Samad, S. (2020). Achieving innovative firm performance through human capital and the effect of social capital. *Management & Marketing*, 15(2).
- [34] Shah, S. Z. A., & Ahmad, M. (2019). Entrepreneurial orientation and performance of small and medium-sized enterprises: Mediating effects of differentiation strategy. *Competitiveness Review: An International Business Journal*.
- [35] Si, S., Ahlstrom, D., Wei, J., & Cullen, J. (2020). *Business, entrepreneurship and innovation toward poverty reduction*. Taylor & Francis.
- [36] Sulistyono, H. (2016). Innovation capability of SMEs through entrepreneurship, marketing capability, relational capital and empowerment. *Asia Pacific Management Review*, 21(4), 196–203.
- [37] Tang, G., Chen, Y., & Jin, J. (2015). Entrepreneurial orientation and innovation performance: Roles of strategic HRM and technical turbulence. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 53(2), 163–184.
- [38] Taormina, R. J., & Lao, S. K. (2007). Measuring Chinese entrepreneurial motivation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- [39] Terziovski, M., & Samson, D. (2007). Innovation capability and its impact on firm performance. *Regional Frontiers of Entrepreneurship Research 2007: 4th International Australian Graduate School of Entrepreneurship (AGSE) Entrepreneurship Research Exchange, Brisbane, Queensland, Australia, 06-09 February 2007/L. Murray Gillin (Ed.)*, 362–374.
- [40] Thanh, L., An, J., Viet, L., & Nguyen, L. (2020). *Transforming social capital into performance via entrepreneurial*. xxxx, 1–9.
- [41] Vesper, K. H. (1990). New venture strategies. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- [42] Watson, K., Hogarth-Scott, S., & Wilson, N. (1998). Small business start-ups: success factors and support implications. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- [43] Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307–1314.
- [44] Williams, J., & MacKinnon, D. P. (2008). Resampling and distribution of the product methods for testing indirect effects in complex models. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 15(1), 23–51.
- [45] Zhang, H., & Xu, E. (2008). The Research of Relationship between Social Capital and Corporate Knowledge's Transfer and Innovation. *2008 4th International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing*, 1–4.
-