

**PENGARUH MODAL SOSIAL, KAPABILITAS FINANCIAL, ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP DAYA SAING BISNIS BERKELANJUTAN SERTA
IMPLIKASINYA PADA KINERJA UMKM INDUSTRI KULINER DI KOTA
SUKABUMI**

(Sebuah Proposal)

Supriandii*, Yusuf Iskandar²

¹Nusa Putra University, supriandi_mn18@nusaputra.ac.id

² Nusa Putra University, yusuf.iskandar@nusaputra.ac.id

Abstract: *UMKM di Indonesia tidak bisa dikecualikan sebagai suatu kegiatan ekonomi atau badan usaha yang memiliki dampak terhadap pertumbuhan ekonomi. Bisnis skala ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan karena memberikan perluasan lapangan pekerjaan untuk mewujudkan stabilitas ekonomi. UMKM merupakan hal yang tidak terlepas sebagai penggerak ekonomi dengan kontribusi terhadap tenaga kerja. UMKM merupakan sentral dikarenakan distribusinya di setiap daerah Indonesia. Meningkatnya UMKM di Indonesia akan meningkatkan kompetitif di pasar, Globalisasi membuat kehidupan para pelaku UMKM lebih ketat serta lebih kompetitif untuk mencari pasar, peluang. Di antara berbagai jenis usaha, industri kuliner merupakan salah satu yang mengalami pertumbuhan pesat. Banyak orang yang bergabung menjadikan bisnis kuliner sebagai pilihan bisnis karena kemungkinan keuntungan yang besar. Dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tempat penelitian adalah UMKM industri kuliner di Kota Sukabumi sebanyak 170 responden. Dalam Pengumpulan data didapatkan melalui metode observasi, kuisioner, dan dokumentasi, yang kemudian digunakan untuk menganalisis keabsahan data dengan software smart PLS*

Kata Kunci: *Modal Sosial, Kapabilitas Finansial, Orientasi Kewirausahaan, Kinerja UMKM, Keunggulan Kompetitif*

Klasifikasi JEL:

*** E-mail penulis terkait:** email.correspondence@email.you
ISSN: 2686-4789 (Print); ISSN: (Online)
<https://senmabis.nusaputra.ac.id/>

INTRODUCTION

Bisnis di Indonesia mengalami signifikan dalam pertumbuhannya. Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia terbelang sangat baik (Sanjaya et al., 2020). Phenomena ini menurut Natawigena, (2016), Jamu, (2018), Sukarni, (2020) didasari permasalahan Indonesia yakni jumlah lapangan kerja dengan angkatan kerja tidak berimbang, maka dari itu banyaknya bisnis yang bermunculan. Djodjobo & Tawas, (2014) menuturkan bahwa terjadinya angka pengangguran yang tinggi di Indonesia ini memberikan keinginan untuk berwirausaha, kaingin tersebut dilandasi beberapa hal yaitu kegemaran terhadap jenis usahanya, memiliki impian sendiri atau personal, serta ingin keinginan untuk kehidupan yang lebih mandiri. Pertumbuhan bisnis di Indonesia tidak lain banyaknya UMKM (Suandi & Susilo, 2011). Hadirnya UMKM di Indonesia tidak bisa dikecualikan sebagai suatu kegiatan ekonomi atau badan usaha yang memiliki dampak terhadap pertumbuhan ekonomi (Faruq, 2014). Bisnis skala ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan karena memberikan perluasan lapangan pekerjaan untuk mewujudkan stabilitas ekonomi (Rashin & Ghina, 2018).. Selaras dengan Zaratrzhembsky & Abdullah, (2020) bahwa UMKM merupakan hal yang tidak

terlepas sebagai penggerak ekonomi dengan kontribusi terhadap tenaga kerja. Pandangan Iskandar et al., (2020) bahwa UMKM merupakan sentral dikarenakan distribusinya disetiap daerah Indonesia. Meningkatnya UMKM di Indonesia akan meningkatkan kompetitif di pasar, Globalisasi membuat kehidupan para pelaku UMKM lebih ketat serta lebih kompetitif untuk mencari pasar, peluang (Aisyah, 2021). Pelaku UMKM biasanya ingin lebih kuat dari competitor (Febrian & Maulina, 2018).

Perusahaan atau suatu bisnis ingin menjadi unggul dengan setiap competitor nya. Merujuk pada (J. B. Barney & Barney, 2001) menegaskan bahwa salah satu sumber dalam unggul sebuah perusahaan yakni indikasinya kemampuan mengelola sumber daya. Kakati Chen et al., (2007) menemukan bahwa sumber daya perusahaan adalah faktor kunci kelangsungan hidup dan pengembangan usaha. *Resource based view theory* (RBV), merupakan theory yang mendalami dan meyakini bahwa kapabilitas merupakan salah satu sumber daya penting untuk suatu bisnis agar bisa unggul dalam persaingan untuk keunggulan bersaing berkelanjutan (*competitive advantage*) (J. B. Barney, 2001), (Ardyan et al., 2017). Sumber daya perusahaan terbagi menjadi dua yakni berwujud dan tidak berwujud. Pertama yang

dimaksud sumber daya berwujud yakni sumber daya finansial (keuangan), organisasi, fisik serta teknologi. Kedua, yang dimaksud dengan sumber daya tidak berwujud terdiri dari sumber daya manusia (SDM), ide, inovasi, dan terdiri dari aspek social, lingkungan serta track record (reputasi) perusahaan (Capron & Hulland, 1999), (Febrian & Maulina, 2018). Sumber daya menjadi penting apabila terbatas, sehingga menjadi faktor penentu untuk bersaing (Febrian & Maulina, 2018), (Capron & Hulland, 1999) (Ariyadi, n.d.),

Teece (2012) dalam penelitian yang dilakukannya memberikan saran bagi suatu bisnis membangun proses entrepreneurial dengan basis kapabilitas serta sumber daya karena akan sulit ditiru. Pemikiran tersebut menjadi suatu hal yang baik terlebih persaingan bisnis yang semakin dinamis ini berada pada revolusi industri 4.0. Sehingga strategi mengenai keunggulan bersaing tradisional yang dikemukakan Porter (1980) dimana *cost leadership*, *market differentiation*, dan *niche orientation* akan terjadi ketidakrelevansian dalam lingkungan bisnis saat ini. Ardian, (2017) menuturkan bahwa lingkungan dan kelangsungan bisnis adalah bagian penting setiap tahunnya karena kontinuitas dimulai. .

Usaha dengan jenis skala kecil dan menengah atau UMKM disebut perusahaan entrepreneurial oleh Sri Ayuni, (2019) Chandra (2003) Tentu saja untuk menciptakan keberlanjutan operasi bisnis UMKM dalam memproduksi produk inovatif dibutuhkan sumber daya finansial yang besar karena akan sulit ditiru. Sejalan dengan Fatoki, 2011),(Taylor, 2011) (Filser et al., 2014) dan (Yekty & Solovida, 2021) mempercayai faktor sumber daya finansial menjadi faktor penting dalam memenangkan persaingan bisnis dengan para competitor dikarenakan bahwa sumber daya finansial adalah aspek yang akan sangat sulit ditiru. Sehingga kapabilitas finansial menjadi pengendali tujuan perusahaan jangka panjang berbasis *knowledge, skills dan ability to access financial sources* atau kemampuan untuk mengakses sumber modal finansial baik dari sektor formal maupun disektor informal (Taylor, 2011)(Taylor, 2011). Keunggulan kompetitif sektor ekonomi kecil telah diakui sebagai topik penting bagi para peneliti yang berurusan dengan internasionalisasi UKMM (Falahat et al., 2020).

Di Indonesia sendiri, (Anwar et al., 2018), (Arsawan et al., 2020) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang perlu mendapat perhatian

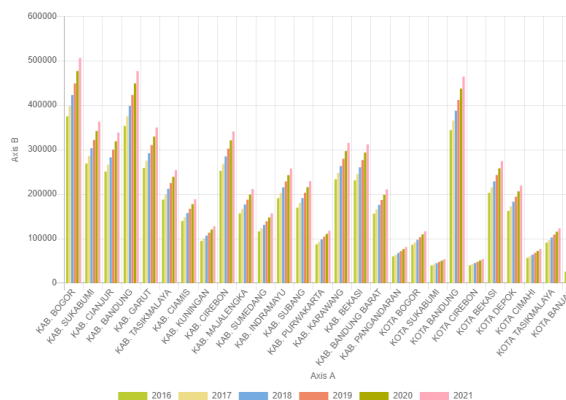
signifikan di era Revolusi Industri 4.0. Memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam meningkatkan peluang pertumbuhan dan mengoptimalkan keuntungan, sehingga berkontribusi terhadap PDB negara, namun studi sebelumnya menunjukkan bahwa ketidakmampuan UMKM untuk mengelola sumber daya telah meningkatkan kegagalan perusahaan ini, baik di negara maju maupun berkembang. Sejalan dengan (Santoso et al., 2019) melakukan penelitian dan berpandangan bahwa ada temuan yg cukup kontradiktif terhadap sektor UMKM saat ini, karena sektor ini disebut kekuatan ekonomi yang memiliki ketangguhan, khususnya pada masa krisis, memiliki peranan penting dalam menyerap tenaga kerja dan bermanfaat terhadap peluang kerja masyarakat kecil. Akan tetapim disatu sisi terdapat fakta empiris dimana UMKM belum mencapai kinerja yang baik di tengah daya saing yang tinggi, hal tersebut berdampak pada keberlangsungan hidup pelaku usaha (Djoko Santoso, 2019).

Globalisasi telah berevolusi maka perhatian untuk pelaku usaha skala kecil dan menengah sesuatu yang penting agar tetap hadirnya ekonomi berbasis kerakyatan. Pada era globalisasi, persaingan

usaha baik domestic maupun internasional sangat ketat. (Febrian & Maulina, 2018). J. Barney, (1991) menyarankan agar perusahaan mampu mengikuti permintaan pasar. Wiwoho, (2019) era revolusi industry saat ini, kemajuan dalam hal teknologi tidak dapat dibendung dan berakibat pada tuntutan perusahaan untuk tumbuh dan berkembang sampai pada titik perusahaan sulit untuk dibedakan satu sama lain. Terlebih Pasar bebas seperti MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) memberikan dampak yang luar biasa terhadap para umkm di Indonesia karena semakin terjadi kompetisi bisnis (Santoso et al., 2019)

UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara mana pun termasuk negara berkembang maupun negara maju termasuk negara industri karena UMKM menyumbang lebih dari setengah output dan lapangan kerja suatu negara(Nasiru & Malomo, 2020). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia saat ini berada pada level pencapaian 64,19 juta dengan kontribusinya terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah.

Kontribusi UMKM akan perekonomian meliputi serapan tenaga kerja di angka 97%, menghimpun investasi di angka 60,4% pada tahun 2020 (www.bkpm.go.id). Industri pengolahan merupakan industri yang memberikan kontribusi terbesar dalam PDB Nasional yakni 19.88% (BPS,2020).



Gambar 1. Perkembangan UMKM di Provinsi Jawa Barat

Sumber : Open Data Jabar (2021)

Provinsi yang memiliki signifikansi terhadap perekonomian negara adalah Provinsi Jawa Barat. BPS Provinsi Jawa Barat mencatat pertumbuhan ekonomi 2021 di Jawa Barat sebesar 3,43 persen (BPS Jabar, 2021). Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki kontribusi terbesar pada PDB Sektor Industri Pengolahan di Indonesia (Simatupang, 2021). Salah satu sector yang memberikan kontribusi terhadap PDB Provinsi Jawa Barat yakni industri pengolahan makanan dan minuman, yakni sebesar 102 521,74 Triliun

pada tahun (2019) dan 108 684,42 Triliun pada tahun (2020) (www.jabar.bps.go.id). Industri kuliner merupakan penyumbang terbesar dalam perekonomian Provinsi Jawa Barat. Sektor ekonomi kreatif di Indonesia sudah memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap PDB nasional, sector ekonomi kreatif di dominasi UMKM. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas. Ekonomi kreatif mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya (Nurmilah et al., 2016). Terdapat tiga subsektor yang menjadi penyumbang terbesar pada kinerja ekonomi kreatif yaitu industri kuliner, fesyen dan kriya.” Industri kuliner merupakan sub bidang bisnis kreatif yang sedang naik daun dan pada saat ini dalam kondisi berkembang pesat (Andriani, 2020).

Di Provinsi Jawa Barat terdapat salah kota yang memiliki potensi industri kuliner yang sedang berkembang yaitu Kota Sukabumi (Mulyana & Nugraha, 2018). Penelitian (Nurmilah et al., 2016) menuturkan bahwa kota sukabumi sendiri memiliki peluang untuk mengembangkan sector ekonomi kreatif maupun sector unggulan. Perkembangan industri kuliner di Kota Sukabumi harus terus mendapat perhatian karena mengingat Kota Sukabumi memiliki harapan akan terciptanya industri kuliner yang berdampak. Terlebih menurut Walikota Sukabumi Achmad Fahmi (2021)

“Kota Sukabumi memiliki potensi pengembangan wisata alam yang sangat terbatas, maka ekonomi kreatif terutama kuliner harus terus diperhatikan perkembangannya, nantinya UMKM industry kuliner di Kota Sukabumi menjadi industry unggulan untuk itu Pemerintah Kota (Pemkot) Kota Sukabumi akan terus berdampingan dengan para pelaku industry ini untuk terus tumbuh dan berkembang” (www.republika.co.id).

Badan Pusat Statistik (BPS, 2021) dalam publikasi pertumbuhan ekonomi Kota Sukabumi, mencatat bahwa pertumbuhan ekonomi 2020 terjadi kontraksi sebesar 1,48%, hal tersebut merupakan dampak dari pandemic Covid-19 dimana terjadi banyak aturan untuk mengurangi penularan pandemic dan hal tersebut berdampak pada aktivitas ekonomi disegala lini. Struktur ekonomi Kota Sukabumi setiap tahunnya didominasi oleh lima kategori lapangan usaha yakni Industry Pengolahan, Perdagangan Besar dan Eceran: (reparasi mobil dan sepeda motor), Transportasi dan Pergudangan, Jasa Keuangan dan Asuransi. Namun, menurut data BPS kategori tersebut lebih dominan mengalami pertumbuhan negatif selama 2020. Industri pengolahan sendiri mengalami trend penurunan dimana tahun 2018 pertumbuhannya 0,28%, 2019 penurunan menjadi 0, 24% dan tahun 2020 mengalami pertumbuhan negative yakni di angka -0,10%.

Melihat persoalan yang terjadi mengenai persaingan bisnis yang kian ketat, dan Kota Sukabumi memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan pelaku usaha dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan UMKM di Indonesia pada umumnya dan di Kota Sukabumi maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas Financial, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan Serta Implikasinya Pada Kinerja UMKM Industri Kuliner di Kota Sukabumi”**

LITERATURE REVIEW

Modal Sosial

Sosial Capital Theory memberikan pandangan bahwa suatu perusahaan bila kehilangan sumber daya meliputi *tacit knowledge* bisa menjadi indikasi untuk tergantikan dengan beralih mengandalkan jejaring social untuk memiliki dukungan dalam meningkatkan kapasitas dari perusahaan (Bourdieu & Richardson, 1986), (Coleman, 1988). *Sosial Capital Theory* memprediksi bahwa aktivitas individu jika lebih tinggi dalam sebuah komunitas social akan memberikan keterikatan, melahirkan perilaku kooperatif dan hubungan serta memberikan feedback akan rasa saling percaya dalam mencari jalan keluar dalam

persoalan tindakan yang kolektif atau masalah informasi (Andriani, 2013), (Febrian & Maulina, 2018). Modal social merupakan sumber daya yang actual serta potensial yang dilahirkan dari jaringan hubungan yang telah dibentuk oleh individu dan komunitas. Hubungan social tersebut akan menjadi fasilitas dari pertukaran informasi pengetahuan serta nilai kepercayaan yang akan saling melengkapi dalam kebutuhan satu sama lain untuk menuju tujuan yang sama (Yani et al., 2020), (Schlepphorst et al., 2020), (Lestari et al., 2021).

Theory Soicial Capital yang telah diusulkan oleh Coleman Modal social Berdasarkan teori modal sosial yang diusulkan (Coleman, 1988) dan hasil penelitian dari (Putnam, 1994), (Fukuyama, 2002), (Van Gelderen, 2007), (Fujiwara & Kawachi, 2008), (Andriani & Christoforou, 2016) dan (Febrian & Maulina, 2018). Penelitian skripsi ini melihat adanya kemiripan dalam konsep serta dimensi modal social dalam entrepreneur pada kontek Enterpreneurial orientation dalam mengakses modal keuangan/financial dari pihak exstrenal untuk mengembangkan suatu usaha dengan keberlanjutan. (Andriani, 2013) dan (Febrian & Maulina, 2018) bahwa social capital terbagi dengan tiga dimensinya yakni

: *Bonding Social Capital, Brigding Social Capital dan Linking Social Capital.*

Kapabilitas Financial

Istilah *financial capability* dalam tahun kebelakang sudah menjadi konsep dimana menekankan tindakan (*financial action*) serta perilaku keuangan (*financial behaviour*) dari seorang entrepenreur. Kemampuan keuangan dapat memainkan peran penting dalam mengintegrasikan kemampuan perusahaan yang berbeda dan digunakan untuk menghadapi aktivitas bisnis yang kompetitif melalui transformasi, penyebaran dan arah sumber daya dan kemampuan lain dari suatu perusahaan (Fonseka et al., 2014). Kapabilitas finansial menjadi cerminan dari pengetahuan individu (entrepreneur) mengenai masalah keuangan yang menjadi faktor sering terjadinya permasalahan yang dihadapi yakni kemapuan dalam mengelola keuangan dan bagaimana mengendalikan keuangan (De Meza et al., 2008). Dalam konteks teori pemangku kepentingan, *financial capability* yang dikelola dengan baik membantu perusahaan dalam mengumpulkan dana yang memadai baik dari sumber internal maupun eksternal untuk mengelola biaya operasional dan investasi mereka dan memenuhi beragam harapan dari berbagai pemangku kepentingan termasuk karyawan, pemegang saham, kreditur, pemasok, dan lingkungan (Khan et al., 2019), (Fonseka et al., 2014), (Zou et al., 2010);. Pandangan (Taylor, 2011) kemampuan finansial, atau kemampuan orang untuk mengelola dan mengendalikan keuangan mereka, semakin diminati oleh para pembuat kebijakan karena semakin banyak orang menemukan diri mereka dalam situasi keuangan yang sulit selama penurunan ekonomi saat ini. *Financial Capability* mendukung perusahaan dalam keputusan

keuangan yang kompetitif, mengelola utang dan mengidentifikasi produk dan layanan yang sesuai, waktu dan pemanfaatan sumber daya keuangan yang efisien selama investasi, pertumbuhan, dan pengembangan (Hwang et al., 2020).

Financial Capability memiliki peranan penting dalam aktivitas seorang entrepreneur dimana dapat menjadi implikasi pertama dalam kesejahteraan seorang entrepreneur (Taylor, 2011). Melalui penelitiannya (Huang et al., 2015) menjabarkan dalam ruang lingkup entrepreneur ketika memiliki financial capability yang tinggi dapat menjadi kemungkinan dalam membuat keputusan mengenai keuangan yang baik diantaranya pengeluaran, investasi, manajemen resiko serta tabungan. Namun menjadi permasalahan mengenai financial capability ini oleh para pelaku usaha dimana masih sangat rendah dalam pengimplementasiannya. Penelitian yang dilakukan (Xiao et al., 2014), (Huang et al., 2015), (Riffianto & Suryani, 2017) dan (Hakim & Kunaifi, 2018) bahwa tingkat pengetahuan mengenai kapabilitas finansial masih tergolong rendah, dan masing-masing memberikan saran dan dapat digaris bawahi bahwa entrepreneur harus mampu dalam mengasah akan ilmu pengetahuan untuk meningkatkan kompetensi maupun skill dalam pengelolaan sumber daya berbasis keuangan agar usahanya menjadi lebih efisien. Peneliti memiliki ketertarikan dengan definisi kapabilitas finansial yang diutarakan (Huang et al., 2015) *Penelitian yang dilakukan oleh (Huang et al., 2015) menerapkan tiga elemen dalam kapabilitas finansial yakni “Financial literacy, Financial access & Financial Functioning”.*

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan dapat dijadikan dalam sumber daya saing yang berkelanjutan karena sumber daya ini tidak mudah ditiru pesaing (Hwang et al., 2020). Ekonomi global menjadi turbulensi atau percepatan yang sangat cepat, serta dihadapi dengan ketidakpastian pasar secara global. Entrepreneurial Orientations merupakan bentuk aksi seorang entrepreneur dalam lingkungan sosial untuk memberikan bagaimana reaksi sesuai dengan besar atau tidaknya aksi yang diterima (McMullen & Shepherd, 2006). Konsep kewirausahaan menjadi hal yang penting untuk disorot oleh perusahaan dalam pembangunan perusahaan berorientasi kewirausahaan serta memanfaatkan sumber daya untuk dimaksimalkan agar keberlangsungan perusahaan terjaga (Hite & Hesterly, 2001), (Febrian & Maulina, 2018). Orientasi kewirausahaan adalah orientasi strategis tingkat perusahaan yang menangkap tujuan organisasi praktik pembuatan strategi, filosofi manajerial, dan perilaku perusahaan yang bersifat wirausaha (Lumpkin & Dess, 1995). Orientasi kewirausahaan berkaitan dengan pencarian peluang, berani dalam mengambil resiko mengambil keputusan (Knight, 2000), (Djodjono & Tawas, 2014). Orientasi kewirausahaan menjadi kunci dalam meningkatkan kinerja perusahaan

karena dengan pemimpin yang berorientasi kewirausahaan akan memiliki visi serta berani dalam menghadapi setiap risiko dan mampu dalam mencapai kinerja baik (Hujayanti, 2020). Orientasi kewirausahaan mencakup kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar oleh sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Wulaningtyas, 2018). (Wiklund & Shepherd, 2003) melaporkan bahwa orientasi kewirausahaan meningkatkan hubungan antara sumber daya berbasis pengetahuan, seperti kemampuan pemasaran dan kemampuan teknologi, dan kinerja usaha kecil.

Orientasi kewirausahaan yakni proses, praktik atau kegiatan dalam mengambil keputusan untuk mencapai pada new entry, perusahaan yang memiliki semangat entrepreneurial orientation bisa menjadi cepat dalam melakukan inovasi dipasar, mampu mengambil resiko dengan keberaniannya serta cerdik dalam melihat peluang (SINAGA et al., 2016). Melalui orientasi kewirausahaan perusahaan akan mampu dalam menciptakan keunggulan bersaing (Kusuma & Rastini, 2017). (Zamora Matute, 2012) dalam penelitiannya disertainya yang mengacu pada pemikiran (Lumpkin & Dess, 1995) menunjukkan bahwa perusahaan dengan memiliki orientasi

kewirausahaan dapat membantu perusahaan dalam keunggulan bersaing dengan memanfaatkan secara baik kapabilitas perusahaan serta midal pengetahuan individunya. Kerangka konsep penelitian (Zamora Matute, 2012) mengacu pada (Lumpkin & Dess, 1995) dimana hasil penelitiannya karakteristik intelektual capital dan dinamic capability memiliki pengaruh pada orientasi kewirausahaan. (Lumpkin & Dess, 1995) bahwa akar orientasi kewirausahaan yakni teori RBV, karena hal tersebut adalah hasil dari pengembangan sumber daya. Indikator dalam orientasi kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kemauan Berpikir Proatif
2. Kemauan Berinovasi
3. Kemauan Mengambil Resiko
4. Otonomi
5. Agresifitas Bersaing

Keunggulan Bisnis Berkelanjutan

Salah satu pendekatan pendekatan yang bisa digunakan perusahaan dalam penerapan dalam menghadapi keadaan yang semakin menantang serta mengidentifikasi peluang yang ada disetiap perubahan industri adalah *Resourcess Based View (RBV)* dimana melalui pendekatan tersebut perusahaan dapat memiliki kemampuan dalam membentuk competitive advantage yang juga berkelanjutan melalui sumber daya yang heterogen (Masyitoh, 2019). Tujuan RBV, sebagaimana telah disebutkan, adalah untuk mencapai keunggulan kompetitif yang

diturunkan dari apa yang disebut sumber daya atau kemampuan yang, pada gilirannya, kemampuan dinamis mencoba untuk mengkonfigurasi ulang (Zamora Matute, 2012). Penelitian (Sigalas & Papadakis, 2018) dan (Anwar et al., 2018) menyepakati bahwa RBV merupakan konsep paling populer di bidang manajemen strategis karena menjadi faktor yang berpengaruh akan kinerja di perusahaan.

Riset dilakukan Jay Barney pada industri dengan skala kecil dan menengah dan memberikan finding dalam penelitiannya dimana perlunya perusahaan skala ini agar memiliki keunggulan unik apabila ingin terus berada dalam lingkup bisnisnya. Mencapai SCA tersebut Barney (1991) membahas terdapat empat indikator yang bisa memiliki potensi dimana sumber daya dari perusahaan dalam menciptakan SCA yakni value (nilai), rare (kelangkaan), inability to be imitated (ketidakmampuan untuk ditiru), dan non-substitutable (substitusi yang tidak sempurna) atau yang lebih terkenal dengan singkatannya yakni VRIN. Konsep SCA Barney (1991) masih relevan dengan industri berskala kecil maupun menengah dalam membentuk SCA. Pemikiran definisi sustainable competitive advantage oleh Jay Barney menjadi dasar untuk UMKM industri kuliner Kota Sukabumi dalam menciptakan SCA.

Kinerja UMKM

Pendapat (Sivacoumar et al., 2001) memberikan gambaran yang sama bahwa

kinerja merupakan hasil yang dicapai dari : pertama proses atau cara melakukannya, kedua tindakan atau capaian penting dan ketiga pertunjukan sebagai seorang pemain. Kinerja merupakan salah satu variabel yang paling banyak diteliti untuk mengukur keberhasilan organisasi (Arsawan et al., 2020). Kinerja UMKM bisa dikatakan baik apabila relevan dengan tujuan awal. Kinerja bisa diketahui apabila individu ataupun kelompok mempunyai kriteria berhasil yang telah ditetapkan, kriteria keberhasilan meliputi tujuan atau target organisasi untuk dicapai karena tanpa adanya target bagaimana dapat mengukur kinerja individu maupun organisasi ketika tidak ada tolak ukurnya (Syarifah et al., 2020). Hakikatnya setiap organisasi memiliki tuj

Negara berkembang maupun negara maju, telah diterima secara luas bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan dalam mencapai tujuan pembangunan industri dan ekonomi yang diinginkan dari suatu perekonomian (Thomas, 2015). Terlepas dari peran penting sektor informal yang dimainkan oleh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam ekonomi nasional setiap negara, hanya sedikit transisi ke usaha formal besar. Sementara kontribusi aktual mereka terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan

berbeda karena sifatnya yang beragam, UMKM yang telah dipuji sebagai hal yang penting dalam penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan (Thomas, 2015; Ayyagari, Beck & Demircuc-Kunt, 2007; Tuan & Yoshi, 2010). Dalam persaingan global, perusahaan diharapkan mampu memberikan nilai tambah lebih terhadap barang/jasa yang ditawarkan baik secara kualitas (lebih baik) maupun efisiensi (lebih efisien) dibandingkan pesaing. Hal ini secara khusus sulit dilakukan oleh UMKM, karena kurangnya kemampuan manajemen dan pengelolaan modal kerja yang terbatas (Ali, 2003; Resmi, 2021). Hal ini mungkin disebabkan oleh beragamnya tantangan yang dihadapi oleh UMKM yang mencakup kurangnya akses ke pasar; informasi dan akses ke keuangan; kemampuan rendah untuk memperoleh keterampilan teknis dan manajerial yang diperlukan, dan akses terbatas ke teknologi yang berdampak pada kinerja (Ogot, 2014; Stevenson dan St-Onge, 2006). Tantangan-tantangan ini semakin diperparah bagi pengusaha dengan tingkat pendidikan pengusaha yang rendah; kurangnya keterampilan manajerial, pemasaran dan produksi; penggunaan teknologi yang belum sempurna; basis kerja berketerampilan rendah; kurangnya akses ke kredit; daya beli konsumen/klien mereka

sangat rendah; dan kendala peraturan yang berasal dari kesulitan memperoleh status hukum (Ogot, 2014; Stevenson dan St-Onge, 2005a, Ardiana (2010) Ina Syarifah (2020) menambahkan bahwa ada 4 faktor penyebab utama rendahnya kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia yaitu: (1) Hampir 60% usaha kecil masih menggunakan teknologi tradisional; (2) Pangsa pasar cenderung menurun karena kekurangan modal, lemahnya teknologi dan manajerial; (3) Sebagian besar tidak mampu memenuhi persyaratan administratif guna memperoleh bantuan dari bank; (4) Tingkat ketergantungan terhadap fasilitas pemerintah cenderung sangat besar. Penulis dalam mengukur kinerja UMKM dengan merujuk pada indikator yang digunakan Baso et al., (2013) dan Ina Syarifah (2020) dimana sales performance dan profitability.

Hipotesis Penelitian

Peneliti membangun kerangka konseptual dengan mengadopsi variabel-variabel yang telah digunakan dan diuji pada penelitian terdahulu, lalu menyederhanakannya menjadi model penelitian yang akan diuji hubungan keterkaitannya. Selanjutnya akan membentuk hipotesis penelitian.

HI : Modal Sosial Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

H2 : Modal Sosial Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM Industri Kuliner Kota Sukabumi

H3 : Modal Sosial Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dan Kinerja UMKM Industri Kuliner Kota Sukabumi

H4 : Kapabilitas Finansial Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

H5 : Kapabilitas Finansial Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM Industri Kuliner Kota Sukabumi

H6 : Kapabilitas Finansial Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dan Kinerja UMKM Industri Kuliner Kota Sukabumi

H7 : Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

H8 : Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM Industri Kuliner Kota Sukabumi

H9 : Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dan Kinerja UMKM Industri Kuliner Kota Sukabumi

H10 : Modal Sosial, Kapabilitas Finansial, Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

H11 : Modal Sosial, Kapabilitas Finansial, Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM Industri Kuliner Kota Sukabumi

METHODOLOGY

Tempat Riset

Penelitian ini bertujuan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Industri Kuliner di Kota Sukabumi, Jawa

Barat. Alasan penulis memilih UMKM Industri Kuliner di Kota Sukabumi dilatarbelakangi persaingan bisnis yang semakin cepat dan harus memiliki kesiapan, disamping itu penulis melihat harapan dari Pemerintah Kota Sukabumi yang dimana menyadari bahwa Kota Sukabumi memiliki sumber daya alam yang terbatas maka industri lain seperti kuliner bisa menjadi kekuatan dari Kota ini dalam menarik daya minat masyarakat.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima (5) variabel dimana *modal sosial* (X_1), *Kapabilitas Finansial* (X_2), *Orientasi Kewirausahaan* (X_3), *Keunggulan Bersaing Berkelanjutan* (Y) dan *Kinerja UMKM* (Z).

Penelitian ini dalam pengukuran menggunakan skala Likert, teknik tersebut digunakan agar responden dapat mempermudah dalam menilai setiap item berdasarkan poin dari evaluasi setiap item. Skala likert sendiri terbagi dua bagian yakni item dan rating. Pertanyaan yang ditulis dalam 1 sampai 5 seperti tabel di bawah ini (Hardani et al., 2020).

Penelitian ini adalah analisis multivariat dengan menggunakan perbandingan jumlah indikator dengan ukuran sampel, yaitu 1 vs 10 (Hair et al., 2011). Setiap indikator membutuhkan minimal 5 sampel dan maksimal 10 sampel. Besar sampel yang

digunakan dalam penelitian ini menggunakan rasio 1 indikator terhadap 5 sampel. Penelitian ini mengubah 17 indikator dalam kuesioner penelitian menjadi pernyataan, sehingga besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 170 responden.

Teknik Penyaringan Data

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan dasar dari segala jenis ilmu pengetahuan. Observasi adalah Teknik pengumpulan data dan dilakukan dengan tata cara mengadakan penelitian secara detail dan teliti, dan pencatatan secara sistemasi (Tanzeh & Arikunto, 2014).

b. Angket (Kuesioner)

Angket diartikan dengan suatu teknik mengumpulkan data yg telah disajikan responden dengan pertanyaan-pertanyaan tertulis dalam bentuk kuisoner (Ina Syarifah, 2020). Penelitian ini sendiri menggunakan kuisoner dalam pengumpulan datanya dari responden. Kuisoner dalam penelitian ini memiliki indeks skala likert.

c. Metode Dokumenter

Dokumenter merupakan alat dalam mengumpulkan data dengan form pencatatan dokumen serta data sumbernya berupa catatan-catatan dokumen yg telah disediakan.

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data digunakan untuk melihat pengaruh dan pengujian hipotesis dengan menggunakan Persamaan Struktural Model

(SEM). Pengolahan data untuk menguji hubungan-hubungan yang telah di hipotesikan dalam penelitian in, maka *Partial Least Square (PLS)* dengan *Software SmartPLS-3* digunakan dengan alasan semua variabel adalah variabel laten dan diukur dengan dimensi dan indikator. Terdapat dua tahapan kelompok dalam menganalisis SEM-PLS yaitu :

1. Inner Model atau model struktural

Dalam software SmartPLS inner model memberikan gambaran hubungan antara variabel penelitian, dimana variabel laten dengan berdasar pada teori yang dipakai dalam penelitian. Inner model dalam penelitian dikonsep berdasar rumusan ataupun hipotesis yang telah dibuat dalam penelitian. Model struktural akan menunjukkan hubungan antar variabel laten penelitian, dalam model ini menggunakan istilah konstruks eksogen dengan endogen. Istilah dalam SmartPLS ini yakni eksogen dipergunakan dalam memberikan gambaran konstruk laten dikarenakan tidak memiliki hubungan jalur struktur yang menunjukkan pada independent. Selanjutnya, istilah dalam software ini ada yang dikenal dengan endogen dimana maksudnya untuk memberikan gambar kontstuk dari target laten didalam inner model yang kemudian akan dijelaskan oleh konstruk lain melalui hubungan nya melalui inner model atau dependentnya (Ina Syarifah, 2020).

Kriteria inner model menurut Ina Syarifah, (2020) yakni dijelaskan seperti dibawah ini :

- a. Evaluasi antar variabel laten endogen dengan kriteria
 $R^2 > 0,670$ diartikan sustansial
 $R^2 > 0,333$ diartikan moderate
 $R^2 > 0,190$ diartikan weak

- b. Effect Size dengan kriterianya bahwa Semakin besar nilai f^2 maka diartikan bahwa semakin besar pula pengaruhnya
- c. Relevance Prediksi atau ketepatan prediksi yang telah dibuat memiliki kriteria bahwa ketika nilai $Q^2 > 0$ maka menjadi gambaran yang membenarkan bahwa prediksi yang dibuat masuk dalam kategori baik namun apabila angka tersebut terjadi dari sebaliknya maka menunjukkan bahwa ketepatan prediksi dalam posisi buruk atau tidak tepat.

2. Outer Model

Dalam software SmartPLS terdapat outer model dalam tahapan selanjutnya setelah inner model dimana outer model atau dengan bahasan lainnya adalah pengukuran model yang akan memberikan definisi setiap blok indikator yang digunakan penelitian memiliki keterkaitan dengan variabel laten. Pengukuran model ini dibuat dalam penentuan sifat dari indikator atas variabel laten dimana nantinya menunjukkan apakah sifatnya reflektif atau formatif yang didasari atas definisi operasional dalam penelitian. Sifat reflektif indikator dapat dilihat atas fungsinya dari konstruk latennya yang kemudian konstruk tersebut dapat tercermin didalam indikatornya mengalami perubahan,

atau secara representasi indikator reflektif merupakan panah utama atau tunggal yang kemudian menuju dari konstruk laten yang keluar kearah indikatornya. Outer loadings merupakan sebutan atas koefisien yang dipergunakan dalam pola hubungan reflektif. Satu sisi lainnya, ada sebutan indikator formatif yang dimana tidak dipengaruhi akan tetapi berpengaruh terhadap variabel laten serta perubahan dalam suatu indikator yang akan menjadi penentu rubah nilai dalam konstruk laten. Secara representasinya indikator formatif yakni panah utama yang kemudian menuju kearah konstruk variabel laten yang dimana dihasilkan dari indikator. Outer weights merupakan istilah atau sebutan atas koefisien yang dipergunakan dalam pola hubungan formatif (Nurlaily et al., 2012).

Menurut Ghazali, 2008 bahwa outer model memiliki kriteria seperti berikut :

- a. *Convergent validity Loading factor Average Variance Extracted (AVE)*
 $Outer\ loading \geq 0,50$
- b. *Discriminant validity Akar AVE* > korelasi antar variable ≥ 0.50
- c. *Uji reliabilitas Composite reliability*
 $\geq 0,50$

REFERENCE

- Aisyah, Y. (2021). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Model Industri Kecil Menengah Produksi Batik (Studi Kasus di CV. Batik Akasia)*.
- Andriani, L. (2013). *Social capital: A road map of theoretical frameworks and empirical limitations*.
- Andriani, L., & Christoforou, A. (2016). Social capital: a roadmap of theoretical and empirical contributions and limitations. *Journal of Economic Issues*, 50(1), 4–22.
- Anwar, M., Rehman, A. U., & Shah, S. Z. A. (2018). Networking and new venture's performance: Mediating role of

- competitive advantage. *International Journal of Emerging Markets*.
- Ardian, E. (2017). *Kemampuan inovasi hijau sebagai pendorong keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan kinerja pemasaran UKM*. September.
- Ardayan, E., Surabaya, U. C., Nurtantiono, A., Rahmawan, G., Tinggi, S., Ekonomi, I., Effect, T., Action, O., & Approach, O. (2017). *OF SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGES AND SMES MARKETING*. August.
- Ariyadi, A. (n.d.). *Penerapan Business Model Canvas Sebagai Strategi Bisnis Pada Usaha Bidang Fotografi (Studi Pada Heroo Studio Foto Kabupaten Gowa)*.
- Arsawan, I. W. E., Koval, V., Rajiani, I., Rustiarini, N. W., Supartha, W. G., & Suryantini, N. P. S. (2020). Leveraging knowledge sharing and innovation culture into SMEs sustainable competitive advantage. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Barney, J. B. (2001). Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review*, 26(1), 41–56.
- Barney, J. B., & Barney, J. B. (2001). *year retrospective on the resource-based view*.
<https://doi.org/10.1177/014920630102700602>
- Bourdieu, P., & Richardson, J. G. (1986). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press New York.
- Capron, L., & Hulland, J. (1999). Redeployment of brands, sales forces, and general marketing management expertise following horizontal acquisitions: A resource-based view. *Journal of Marketing*, 63(2), 41–54.
- Chandra, R. (2003). *Adam Smith and Competitive equilibrium*.
- Chen, C.-N., Tzeng, L.-C., Ou, W.-M., & Chang, K.-T. (2007). The relationship among social capital, entrepreneurial orientation, organizational resources and entrepreneurial performance for new ventures. *Contemporary Management Research*, 3(3).
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95–S120.
- De Meza, D., Irlenbusch, B., & Reyniers, D. (2008). Financial capability: A behavioural economics perspective. *Consumer Research*, 69, 192–193.
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Falahat, M., Ramayah, T., Soto-Acosta, P., & Lee, Y.-Y. (2020). SMEs internationalization: The role of product innovation, market intelligence, pricing and marketing communication capabilities as drivers of SMEs’ international performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 152, 119908.
- Fatoki, O. O. (2011). The impact of human, social and financial capital on the performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 29(3), 193–204.
- Febrian, A. F., & Maulina, E. (2018). *The influence of social capital and financial capability on sustainable competitive*

- advantage through entrepreneurial orientation : Empirical evidence from Small and Medium Industries in Indonesia using PLS-SEM.* 5(12), 218–232.
- Filser, M., Eggers, F., Kraus, S., & Málovics, É. (2014). The effect of financial resource availability on entrepreneurial orientation, customer orientation and firm performance in an international context: an empirical analysis from Austria and Hungary. *Journal for East European Management Studies*, 7–30.
- Fonseka, M. M., Tian, G., & Li, L. (2014). Impact of financial capability on firms' competitiveness and sustainability: Evidence from highly regulated Chinese market. *Chinese Management Studies*.
- Fujiwara, T., & Kawachi, I. (2008). Social capital and health: a study of adult twins in the US. *American Journal of Preventive Medicine*, 35(2), 139–144.
- Fukuyama, F. (2002). Social capital and development. *SAIS Review (1989-2003)*, 22(1), 23–37.
- Hakim, M. S., & Kunaifi, A. (2018). Peningkatan Kapabilitas Pengelolaan Keuangan UMKM Bidang Otomotif Melalui Pelatihan Pengelolaan Keuangan. *SEWAGATI*, 2(2).
- Hite, J. M., & Hesterly, W. S. (2001). The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm. *Strategic Management Journal*, 22(3), 275–286.
- Huang, J., Nam, Y., & Lee, E. J. (2015). Financial capability and economic hardship among low-income older Asian immigrants in a supported employment program. *Journal of Family and Economic Issues*, 36(2), 239–250.
- Hujayanti, D. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM krupuk di Desa Harjosari Lor Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal. *PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA UMKM KRUPUK DI DESA HARJOSARI LOR KECAMATAN ADIWERNA KABUPATEN TEGAL*.
- Hwang, W.-S., Choi, H., & Shin, J. (2020). A mediating role of innovation capability between entrepreneurial competencies and competitive advantage. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(1), 1–14.
- Iskandar, Y., Zulfainarni, N., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(1), 1–12.
- Jamu, M. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 305–317. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.38>
- Khan, S. Z., Yang, Q., & Waheed, A. (2019). Investment in intangible resources and capabilities spurs sustainable competitive advantage and firm performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 285–295.
- Knight, G. (2000). Entrepreneurship and marketing strategy: The SME under globalization. *Journal of International Marketing*, 8(2), 12–32.
- Kusuma, K. A. N., & Rastini, N. M. (2017). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8), 4240–4268.

- Lestari, D. A., Savitri, E., & Natariasari, R. (2021). KINERJA UMKM DITINJAU DARI BUDAYA ORGANISASI, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN KUALITAS TOTAL, DAN MODAL SOSIAL. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 2(2), 217–238.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1995). Simplicity as a strategy-making process: The effects of stage of organizational development and environment on performance. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1386–1407.
- Manajemen, J., & Faruq, M. A. (2014). *Penyusunan strategi bisnis dan strategi operasi usaha kecil dan menengah pada perusahaan konveksi scissors di surabaya*. 3, 173–198.
- Masyitoh, S. (2019). “PENERAPAN KONSEP RESOURCES-BASED VIEW (RBV) DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN”(STUDI KASUS PADA ARTSHOP AKIFANI MUTIARA MATARAM). Universitas Muhammadiyah Jember.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132–152.
- Mulyana, M., & Nugraha, B. S. (2018). Pemberdaaaan industri kecil kue mochi oleh dinas koperasi perindustrian dan perdagangan Kota Sukabumi Provinsi Jawa Barat. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 43–57.
- Nasiru, M., & Malomo, R. S. (n.d.). *IMPACT OF ENTREPRENEURSHIP INNOVATION ON BUSINESS GROWTH IN MUBI METROPOLIS, ADAMAWA STATE*.
- Natawigena, Y. J. (2016). *Perencanaan bisnis fashion j’art skripsi*. 1–3.
- Nurmilah, R., Anggraeni, L., & Novianti, T. (2016). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Sukabumi (Creative Economy Development Strategy in Sukabumi). *Jurnal UMMI: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Teknologi*, 10(3), 98–113.
- Porter, M. (1980). E.(1980). *Competitive strategy*. New York.
- Putnam, R. D. (1994). Social capital and public affairs. *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences*, 5–19.
- Rashin, M. A., & Ghina, A. (2018). Identifikasi Inovasi dan kinerja bisnis dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(2), 213–219.
- Riffianto, A. S., & Suryani, T. (2017). *Kapabilitas keuangan usaha kecil dan menengah penghasil produk unggulan*. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.722>
- Sanjaya, H. B., Ruslan, D. R., Sundari, S. R., Hakim, M. A., & Alexandri, M. B. (2020). Analisis peluang bisnis jasa fotografi “garis photography” dengan business model canvas dan analisis swot. *Kinerja*, 17(2), 202–207. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7429>
- Santoso, D., Indarto, I., & Sadewisasi, W. (2019). POLA PENINGKATAN KINERJA BISNIS UKM MELALUI MODAL SOSIAL DAN MODAL MANUSIA DENGAN KEBIJAKAN PEMERINTAH SEBAGAI MODERATING. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(2), 152–171.
- Schlepphorst, S., Koetter, E. C., Werner, A., Soost, C., & Moog, P. (2020). International assignments of employees and entrepreneurial intentions: the mediating role of human capital, social capital and career prospects. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

- Sigalas, C., & Papadakis, V. M. (2018). Empirical investigation of relationship patterns between competitive advantage and superior performance. *Journal of Strategy and Management*.
- Simatupang, M. (2021). ANALISIS SPASIAL PADA PDRB SEKTOR INDUSTRI PENGOLAHAN DI KABUPATEN/KOTA PROVINSI JAWA BARAT. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(5), 1933–1945.
- SINAGA, A. H., Mangunwihardjo, S., & SUGIARTO, Y. (2016). UPAYA PENINGKATAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH MELALUI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ASET STRATEGIK DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Penelitian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di bidang fashion Kota Semarang). Diponegoro University.
- Sivacoumar, R., Bhanarkar, A. D., Goyal, S. K., Gadkari, S. K., & Aggarwal, A. L. (2001). Air pollution modeling for an industrial complex and model performance evaluation. *Environmental Pollution*, 111(3), 471–477.
- Suandi, E., & Susilo, Y. S. (2011). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA *. 12, 45–55.
- Sukarni, P. W., & Islam, U. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa uir Analysis of the factors that influence the interests of foreign student. 17(1), 152–162.
- Syarifah, I., Mawardi, M. K., Sos, S., Iqbal, M., & Sos, S. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Human Capital Terhadap Orientasi Pasar dan Kinerja UMKM. Universitas Brawijaya.
- Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2014). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 22–34.
- Taylor, M. (2011). Measuring financial capability and its determinants using survey data. *Social Indicators Research*, 102(2), 297–314.
- Teece, D. J. (2012). Dynamic capabilities: Routines versus entrepreneurial action. *Journal of Management Studies*, 49(8), 1395–1401.
- Van Gelderen, M. (2007). Country of origin as a source of business opportunities. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4(4), 419–430.
- 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.
- Wiwoho, G. (2019). ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK, SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PERUSAHAAN PADA UMKM: SEBUAH AGENDA PENELITIAN. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 29–38.
- Wulaningtyas, A. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Industri Kecil dan Menengah (Studi pada IKM Furniture di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), 158–170.
- Xiao, J. J., Chen, C., & Chen, F. (2014). Consumer financial capability and financial satisfaction. *Social Indicators Research*, 118(1), 415–432.
- Yani, A., Eliyana, A., Hamidah, I., & Buchdadi, A. D. (2020). The impact of social capital, entrepreneurial competence

- on business performance: An empirical study of SMEs. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(9), 779–787.
- Yekty, K. N., & Solovida, G. T. (2021). Pengaruh Strategi Kewirausahaan dan Modal Sosial Terhadap Kinerja Keuangan serta Non-Keuangan Melalui Manajemen Rantai Pasokan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 16(1), 52–73.
- Zamora Matute, C. E. (2012). *Antecedents of dynamic capabilities: the role of entrepreneurial orientation and intellectual capital*.
- Zaratzhembsky, Z., & Abdullah, A. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (bmc) & Swot Analysis Pada Usaha Umkm Dogdag Metalworks Di Bandung. *EProceedings of Management*, 7(1).
- Zou, H., Chen, X., & Ghauri, P. (2010). Antecedents and consequences of new venture growth strategy: An empirical study in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 27(3), 393–421.