

Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Social Capital

Kiki Farida Ferine¹, Ahmad Zaki², Anis Okta Cahyaningrum³, Fioletta Papilaya⁴, Egidius Fkun⁵

¹ Universitas Pembangunan Pancabudi dan kikifaridaferinesyarif@gmail.com

² Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta dan ahmad.zaki@upnyk.ac.id

³ Universitas Negeri Yogyakarta dan ganisoktahyaningrum@uny.ac.id

⁴ Universitas Pattimura dan fithafioletta96@gmail.com

⁵ Universitas Timor dan egifkun6@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan bisnis nasional dan internasional dilaporkan dalam keadaan kompetitif. Setiap perusahaan dan bisnis berjuang mencapai keunggulan kompetitif untuk keberlanjutan usaha. Persaingan sifatnya abadi, pemanfaatan sumber daya berdasarkan *theory Resources Based View* dimana modal sosial bisa dimanfaatkan sebagai sumber daya strategis dan potensial. Tujuan penelitian ini untuk berkontribusi peran modal sosial dalam keberlanjutan UMKM. Metode penelitian ini adalah survey dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian 70 wirausaha industri kuliner di Kabupaten Sukabumi dengan teknik quota sampling. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan. UMKM industri kuliner di Kabupaten Sukabumi mampu menciptakan keunggulan keberlanjutan, hanya tidak merata.

Kata Kunci: *Social Capital, Sustainable Competitive Advantage, MSME.*

ABSTRACT

National and international business competition is reported in a competitive state. Every company and business strive to achieve competitive advantage for business continuity. Competition is eternal, the utilization of resources is based on the theory of Resources Based View where social capital can be utilized as a strategic and potential resource. The purpose of this research is to contribute to the role of social capital in the sustainability of MSMEs. This research method is survey with a quantitative approach. The research sample is 70 culinary industry entrepreneurs in Sukabumi Regency using the quota sampling technique. The research results show that social capital has a positive and significant effect on sustainable competitive advantage. Culinary industry SMEs in Sukabumi Regency are able to create sustainability advantages, but not evenly distributed.

Keywords: *Social Capital, Sustainable Competitive Advantage, MSME.*

PENDAHULUAN

Bisnis dan pemiliknya tidak pernah berhenti dibicarakan, ditambah perkembangan bisnis yang semakin pesat. Negara akan memiliki banyak keuntungan apabila memiliki banyak wirausaha, permasalahan lapangan kerja akan teratasi dan tentunya terhadap pertumbuhan ekonomi (Bimantara et al., 2020; Natawigena, 2016; Sanjaya et al., 2020; Sukarni & Islam, 2020). UMKM merupakan lini bisnis yang terus berkembang dari masa krisis ekonomi 1998 (Manajemen & Faruq, 2014; Rashin & Ghina, 2018; Suandi & Susilo, 2011). Karena UMKM ini distribusinya ada di setiap daerah (Supriandi, 2022). Rupanya, signifikansi pertumbuhan bisnis khususnya UMKM otomatis meningkatkan persaingan kompetitif para pelaku usaha (Aisyah, 2022). Bahkan (Febrian & Maulina, 2018; Rahmana, 2009; Supriandi, 2022) berpendapat bahwa di era globalisasi persaingan bisnis sangatlah ketat karena perkembangan teknologi serta masuknya revolusi industri.

Respon terhadap persaingan bisnis, bisa dikaitkan dengan *theory resource-based-view* (RBV) yang diutarakan (J. Barney, 1991; J. B. Barney & Barney, 2001) bahwa kemampuan unggul adalah terletak pada kemampuan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. (Chen et al., 2007) mengkonfirmasi bahwa sumber daya menjadi kunci dalam keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Karena *theory RBV* ini berasumsi bahwa kemampuan dalam sumber daya

akan berdampak pada keunggulan berkelanjutan. (Ardian, 2017; J. B. Barney & Barney, 2001) sumber daya jauh lebih penting dibanding struktur industri dalam menciptakan unggul dalam kompetitif. Teece (2007) membagikan saran terhadap bisnis untuk terlibat dalam entrepreneurial dengan sumber daya akan berdampak pada kesulitan di replikasi competitor. (Supriandi, 2022) merespon bahwa saran (Teece, 2007) bisa adopsi untuk bisnis masuk terlibat dalam revolusi industry 4.0. Jauh sebelum itu, Porter (1980) memberikan strategi keunggulan kompetitif tradisional namun (Ardian, 2017; Febrian & Maulina, 2018; Supriandi, 2022; Teece, 2007) relevansi nya dipertanyakan dengan lingkungan dinamis dimasa kini, karena kontinuitas sudah dimulai. Pantas saja (Sulaiman et al., 2021; Wulandary et al., 2018, 2021) para era ekonomi yang terus berkembang berdampingan dengan globalisasi dan teknologi bisnis sudah dihadapkan pada ketidakpastian dan perubahan yang cepat, sumber daya perlu dimaksimalkan.

Persaingan bisnis dilaporkan (Anderson & Eshima, 2013; Cheung et al., 2014; Eshima & Anderson, 2017; Falahat et al., 2020; Filser et al., 2014; Kraus et al., 2012; Rua et al., 2018; Udriyah et al., 2019; Wiklund et al., 2016; Wiklund & Shepherd, 2003) di internasional dan semua berpendapat bahwa bisnis saat ini dihadapkan pada persaingan yang memprihatinkan, sumber daya bisa dijadikan role model dalam mencapai keunggulan di tengah daya saing tinggi. Sedangkan dalam kaca mata nasional UMKM merupakan industri yang bisa *survive* meskipun terjadi krisis moneter 1998 (Supriandi, 2022) selanjutnya, (Febrian & Maulina, 2018; Rashin & Ghina, 2018) ini didasari pada fakta ketidakbergantungan UMKM terhadap pinjaman yang berkaitan dengan mata uang asing. Revolusi industri 4.0 membuat UMKM terus diperhatikan (Alkhamery et al., 2021; Anwar et al., 2018; Arsawan et al., 2020). Meskipun sektor ini adalah sektor penyumbang PDB, namun faktanya UMKM belum bisa memanfaatkan sumber daya. Temuan yang hadir justru kontradiktif, disatu sisi UMKM bisa memberikan lapangan kerja khususnya peluang untuk masyarakat ekonomi menengah kebawah. Mirisnya, justru UMKM belum berhasil mencapai kinerja terbaik terlebih daya saing tinggi (B. Santoso, 2020; D. Santoso et al., 2019). Sedangkan (J. Barney, 1991) persaingan sifatnya abadi. UMKM dan permasalahannya di ungkap (Febrian & Maulina, 2018; Lestari et al., 2021; Sugiarti et al., 2020; Supriandi, 2022) meliputi modal terbatas, kualitas sumber daya manusia, ilmu pengetahuan, teknologi. Tapi, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto tidak mengecewakan (Nasiru & Malomo, n.d.). (B. Simatupang, 2013; M. Simatupang, 2021; Tambunan, 2009). Salah satu provinsi yang terus berdampak pada ekonomi nasional adalah Provinsi Jawa Barat, seperti yang diungkap (M. Simatupang, 2021) industri pengolahan merupakan industri primadona dalam kontribusi. Industri makanan dan minuman merupakan penyumbang terbesar di Jawa Barat (BPS Jabar, 2022). Salah satu daerah di provinsi ini, Kabupaten Sukabumi merupakan daerah strategis dalam pengembangan wisata dan ekonomi kreatif seperti kuliner. Namun, faktor fundamental UMKM masih terdapat pada kualitas sumber daya manusia, keterbatasan modal, kekurangan akses pinjaman dan permasalahan lainnya karena UMKM ini sebagian informal.

Sebagai akibat tantangan ini, sebagian besar bisnis di sektor informal mengalami ketidakstabilan dan tidak bertahan lebih dari tiga tahun (Agyapong et al., 2017). Namun demikian, para pemilik usaha di sektor informal nampaknya belum mampu untuk menciptakan, memperluas dan mengeksplorasi kekayaan modal sosial yang mereka miliki untuk memastikan peningkatan kinerja dan pertumbuhan bisnis (Agyapong et al., 2017; Febrian & Maulina, 2018; Supriandi, 2022), meskipun penelitian menunjukkan besarnya modal sosial berakar pada jaringan pribadi pengusaha sangat penting untuk efisien kinerja usahanya (Akintimehin et al., 2019; Lang et al., 2022; Purwati et

al., 2021). Literature sebelumnya memberikan pandangan bahwa social capital penunjang keberlanjutan UMKM di tengah persaingan mereka (Akintimehin et al., 2019; Andriani, 2013; Andriani & Christoforou, 2016; Fukuyama, 2002; Purwati et al., 2021; Yani et al., 2020). (Tsai & Ghoshal, 1998) modal sosial bisa dimanfaatkan oleh bisnis membangun hubungan personal lintas sector. (Davidsson & Honig, 2003) memperjelas bahwa modal sosial dan wirausaha bisa memberikan fasilitas jaringan-jaringan yang bisa memungkinkan peluang. (E. A. Coleman, 2005; J. S. Coleman, 1988; Fukuyama, 2002) sosial capital ditentukan fungsi. Modal sosial dan bisnis merupakan pertemuan sosial yang berdampak pada fungsional bisnis dan saling memberikan kontribusi (Woolcock & Narayan, 2000).

Studi empiris dilakukan oleh (Anshori, 2020; EGBERI & OMOGBIYA, n.d.; Febrian & Maulina, 2018; Hadi & Purwati, 2020; B. Santoso, 2020; D. Santoso et al., 2019; Supriandi, 2022; Yekty & Solovida, 2021), mengidentifikasi modal sosial dalam kinerja bisnis, keberlanjutan bisnis hingga bagaimana mereka menciptakan keunggulan daya saing, dan memberikan saran bahwa dalam bersaing untuk mampu memanfaatkan sumber daya untuk pertumbuhan jangka panjang. Meskipun dimasa lalu (T. Prasetyo et al., 2013) menemukan modal sosial tidak berpengaruh untuk kinerja bisnis. Tapi (EGBERI & OMOGBIYA, n.d.) membantah karena modal sosial strukturnya justru berdampak untuk strategi pertumbuhan bisnis.

Makalah ini akan menyelidiki sumber daya modal sosial untuk sektor UMKM di Kabupaten Sukabumi. Penting bagi para peneliti bidang kewirausahaan untuk menyelidiki secara relatif kontribusi-kontribusi modal sosial (J. S. Coleman, 1988; Fukuyama, 2002; Prusak & Cohen, 2001). Bahkan dalam pandangan (Andriani, 2013; Andriani & Christoforou, 2016; Ito & Harada, 2003; Joshi & Sharma, 2004; Supriandi, 2022) modal sosial dalam ruang lingkup bisnis bisa memberikan keberhasilan program pinjaman khususnya negara berkembang dan hubungan erat dengan lembaga keuangan mikro. Perilaku oportunistik dalam hubungan kerjasama industri melihat keberadaan modal sosial sebagai faktor nilai yang menciptakan peluang untuk menghasilkan nilai industri. Sehingga modal sosial dapat berperan sebagai dasar untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi UMKM.

LITERATURE REVIEW

Modal sosial adalah jumlah sumber daya aktual dan potensial yang tersedia melalui jaringan hubungan yang dimiliki individu atau unit sosial (Schlepphorst et al., 2020). Jika modal sosial seseorang rendah maka akan menimbulkan konflik nilai dan rendahnya tingkat kepercayaan. Artinya, penting untuk meningkatkan partisipasi hubungan sosial di negara-negara atau daerah transisi dalam menghasilkan sumber daya manusia untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan yang lebih baik. Kajian ini akan menjelaskan pemahaman tentang profil modal sosial yang harus dimiliki individu untuk mengembangkan potensi dirinya dalam bentuk kompetensi kewirausahaan untuk kinerja bisnis. Kami menemukan studi sebelumnya seperti dibawah ini:

Tabel 1. Penelitian Sebelumnya

Variable & Dimension	Finding Research	Reference
1. Bonding Social Capital	Modal sosial berdampak pada keberlanjutan	(Akintimehin et al., 2019; Andriani, 2013; Andriani & Christoforou, 2016; Anshori, 2020; Ardian, 2017; Astuti et al., 2019; Chen et al., 2007; J. S. Coleman, 1988;
2. Bridging Social Capital	bisnis.	Davidsson & Honig, 2003; Febrian & Maulina, 2018; Fujiwara & Kawachi, 2008; Fukuyama, 2002; Guiso et al.,

3. Linking Social Capital	2004; Hadi & Purwati, 2020; John, 2016; Lang et al., 2022; Lestari et al., 2021; Muslikah et al., 2018; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Narayan & Pritchett, 1999; P. E. Prasetyo et al., 2020; T. Prasetyo et al., 2013; Prusak & Cohen, 2001; Purwati et al., 2021; Sabatini, 2006; D. Santoso et al., 2019; Schleppehorst et al., 2020; Supriandi, 2022; Susanto & Sukarno, 2022; Tsai & Ghoshal, 1998; Van Gelderen, 2007; Wihardja et al., 2016; Woolcock & Narayan, 2000; Yani et al., 2020; Yekty & Solovida, 2021; Zhang et al., 2012).	
Sustainable Competitive Advantage 1. Valuable 2. Rare Resources 3. Imperfectly Imitable 4. non-Substitutable	Pemanfaatan sumber daya perusahaan merupakan kunci keunggulan bersaing berkelanjutan.	(Adeoye et al., 2019; A. R. Ahmad, 2019; C. R. Ahmad et al., 2011; Ardyan, Nurtantiono, et al., 2017; Ardyan, Surabaya, et al., 2017; Augier & Teece, 2009; Azhara et al., 2020; Banani, 2013; J. Barney, 1991; David & David, 2016; Diugwu, 2011; Djodjobo & Tawas, 2014; Febrian & Maulina, 2018; Filser et al., 2014; Hall, 1993; Hunt & Morgan, 1995; Khan et al., 2019; Kumar, 2016; Liu et al., 2011; Masyitoh, 2019; Mulyono, 2013; NGUYEN et al., 2021; Porter, 1980; Pudyastuti & Saputra, 2021; Putri, 2020; Rua et al., 2018; Sheldon & Morgan, 1984; Srivastava et al., 1998; Supriandi, 2022; Teece, 2007, 2012; Usvita, 2015; H. Widagdo, 2011; S. Widagdo et al., 2019; Witjaksono, 2014; Wiwoho, 2019; Yuliantari & Pramuki, 2022)

Sumber: Penulis (2023)

Usulan yang kami ajukan dalam model penelitian ini, modal sosial pada UMKM Industri kuliner di Kabupaten Sukabumi akan memberikan dampak berupa peluang untuk akses keuangan dalam mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan (Andriani & Christoforou, 2016; Augier & Teece, 2009; J. Barney, 1991; J. S. Coleman, 1988; Fatoki, 2011; Filser et al., 2014). Makalah ini melalui tinjauan literatur yang luas dan keterlibatan temuan empiris telah membuka konversi di sekitar jalan yang tidak terstruktur dan informal di mana usaha kecil berkembang di Indonesia, khususnya Kabupaten Sukabumi. Melalui eksplorasi modal sosial, telah menetaskan narasi baru untuk keberhasilan usaha kecil dan menguatkan temuan lain dalam literatur bahwa modal sosial mempengaruhi keberhasilan bisnis skala kecil pada tahap dasarnya.

Modal sosial merupakan konsep modern yang diperkenalkan secara ekonomi dan sosial dalam mempelajari masyarakat modern (Yani et al., 2020). Dalam perekonomian modern terdapat hubungan yang signifikan antara modal manusia dengan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dan daya saing (Akintimehin et al., 2019; Lang et al., 2022). Dalam konsep pembangunan ekonomi berkelanjutan modal sosial akan memperkuat modal manusia dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dan berdaya saing. Kualitas pertumbuhan ekonomi dan peningkatan daya saing semakin dibutuhkan. Kualitas pertumbuhan ekonomi merupakan jaminan stabilitas alternatif dalam memasuki posisi kompetitif internasional yang menguntungkan melalui

diversifikasi ekonomi. Pertumbuhan ekonomi negara terkait dengan konsumsi energi, baik dari segi sumber daya manusia maupun modal (Febrian & Maulina, 2018).

Hipotesis: Modal Sosial Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikaji dengan pendekatan kuantitatif guna memecahkan permasalahan dengan sistemis serta data yang dikeluarkan adalah angka (Imam Ghozali, 2006). (Creswell, 2013) berpendapat bahwa pendekatan kuantitatif related untuk menguji teori dan diidentifikasi dengan variabel, ini sesuai dengan landasan penelitian dimana fenomena UMKM di Kabupaten Sukabumi yang masih berjuang untuk keluar mencapai keunggulan bersaing. Sehingga kami menggunakan survey sebagai metode nya. Sumber data primer berasal dari kuesioner yang diberikan kepada pihak responden, sedangkan data sekunder berasal dari hasil penelitian sebelumnya dan hasil penelitian teori terkait. Sedangkan pengukuran dalam penelitian ini mengikuti saran (Malhotra, 1981) dengan skala Likert 1-5 poin. Populasi dalam penelitian ini UMKM industri kuliner di Kabupaten Sukabumi. Sampel dalam penelitian ini 70 wirausaha, penentuan sampel kami mengikuti (Hair, 2009) yaitu analisis multivariate dengan quota sampling sebagai pendekatannya. Analisa data penelitian ini dengan software (Statistical Product and Service Solutions) dan mengadopsi studi dalam analisisnya (Sekaran & Bougie, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Demografi Responden

Jenis Kelamin	Presentase	Usia	Persentase	Pendidikan	Persentase	Lama Usaha	Persentase
Laki-Laki	78%	25 - 35	33%	SMP	34%	< 1	30%
		Tahun				Tahun	
Perempuan	22%	35 - 45	55%	SMA	60%	1 - 5	45%
		Tahun				Tahun	
		> 45				12%	
Tahun	Tahun						

Sumber: Penulis (2023)

Tabel 2. Diatas memberikan informasi rentan usia Enterpreneur industri kuliner di Kabupaten Sukabumi didominasi oleh kaum pria, namun kaum perempuan untuk mereka yang sudah menikah membantu suami dalam mengatur finansial usaha. Para pelaku usaha menyadari bahwa persaingan bisnis kuliner di Kabupaten Sukabumi sangat ketat. Latar belakang mereka berbeda, mulai dari merintis usaha kuliner dari 0 sampai mewarisi dari orang tua, mereka sangat optimis dengan potensi wisata di Kabupaten Sukabumi itu akan berdampak pada industri kuliner juga.

Analisa Data

Uji validitas diselesaikan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 dengan *Bivariate Pearson*. Pada penelitian ini uji validitas dengan melakukan perbandingan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ untuk $df = n-2$ (Imam Ghozali, 2006). Nilai r_{tabel} dengan signifikansi 5%, diketahui dalam metode penelitian sampel penelitian ini 70 sampel dan nilai r_{tabel} (0,235). Uji Validitas penelitian ini memenuhi syarat yang ditentukan.

Tabel 3. Uji Validitas Social Capital dan Competitive Advantage

Dimensi	Social Capital	r Hitung	r Tabel
<i>Bonding Social Capital</i>	MS.1	0,545	0,235
	MS.2	0,712	
	MS.3	0,745	
<i>Bridging Social Capital</i>	MS.4	0,735	
	MS.5	0,678	
	MS.6	0,453	
<i>Linking Social Capital</i>	MS.7	0,554	
	MS.8	0,801	
	MS.9	0,691	
Dimensi	Competitive Advantage	r Hitung	r Tabel
<i>Valuable</i>	CA.1	0,720	0,235
	CA.2	0,731	
<i>Rare Resources</i>	CA.3	0,825	
	CA.4	0,734	
<i>Imperfectly Imitable</i>	CA.5	0,654	
	CA.6	0,786	
<i>Non-Substitutable</i>	CA.7	0,846	
	CA.8	0,821	

Sumber: Penulis (2023)

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat instrumen penelitian bisa dipercaya sesuai saran (Imam Ghozali, 2006) dengan melihat nilai Cronbach’s Alpha melebihi 0,7. Penelitian ini menunjukkan lulus dalam syarat reliabilitas, artinya instrumen penelitian ini bisa di percaya.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach’s Alpha	Keterangan
Social Capital	0,881	Reliabel
Competitive Advantage	0,894	Reliabel

Sumber: Penulis (2023)

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.961	4.237		3.538	.011
	Social Capital	.710	.081	.655	7.267	.000

a. Dependent Variable: Competitive Advantage

Sumber: Penulis (2023)

Koefisien Modal Sosial sebesar 0,656 dan memberikan kenaikan satuan dan koefisien positif menunjukkan ada hubungan satu arah. Sehingga memberikan kesimpulan bahwa Modal Sosial Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.481	1.702		2.54795

a. Predictors: (Constant), Social Capital

b. Dependent Variable: Competitive Advantage

Sumber: Penulis (2023)

Koefisien determinasi (R^2) untuk melihat sejauh mana kapabilitas model penelitian diajukan dalam menerangkan variabel terikat (Imam Ghozali, 2006). Penelitian ini modal sosial menyumbang 48% dalam menerangkan keunggulan bersaing berkelanjutan, sedangkan 52% dijelaskan variabel lain yang tidak masuk penelitian ini untuk dikaji di masa depan.

Pembahasan

Modal sosial di Industri kuliner Kabupaten Sukabumi ini masuk dalam kategori baik, mereka sangat menyadari dalam keberlanjutan usaha mereka memerlukan interaksi sosial baik dengan sesama pengusaha, lembaga keuangan mikro dan lainnya. UMKM ini sangat menyadari relasi baik dari modal sosial membangun hubungan personal, meskipun sebagian mereka menyadari masih kesulitan dalam memiliki akses ke lembaga keuangan konvensional sehingga mereka tidak mendapatkan banyak pinjaman. Penelitian ini berharap implikasi hadir bagi para pekerja usaha ini dengan memperkuat modal sosial, karena modal sosial ini konsep modern dalam ekonomi serta sosial dalam mempelajari masyarakat modern. Terlebih, dalam ekonomi modern modal manusia dengan tumbuh kembang ekonomi akan berkualitas dan memiliki daya saing secara signifikan. Pembangunan ekonomi berkelanjutan pun modal sosial menjadi kekuatan individu dalam mendorong ekonomi dengan kualitas. Kualitas pertumbuhan ekonomi sendiri adalah jaminan stabilitas dalam posisi kompetitif di Internasional.

Modal sosial merupakan sumber daya aktual serta potensial untuk terhubung pada jaringan hubungan yang miliki individu (Schlepphorst et al., 2020). Jika modal sosial wirausaha rendah maka akan menimbulkan konflik nilai dan rendahnya tingkat kepercayaan. Artinya, penting untuk meningkatkan partisipasi hubungan sosial di negara-negara atau daerah transisi dalam menghasilkan sumber daya manusia untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan yang lebih baik. Kajian ini menjelaskan pemahaman tentang modal sosial yang harus dimiliki wirausaha dalam mengembangkan potensi usaha dengan kompetensi kewirausahaannya, ini akan berdampak pada kinerja berkelanjutan. Hal ini akan berhubungan dengan modal sosial para pengusaha tersebut. Karena dalam hubungan antar individu akan terjadi pertukaran pengetahuan melalui interaksi sosial, sehingga modal sosial akan merepresentasikan shared value dan shared vision dari individu yang berbagi informasi melalui kompetensi kewirausahaan.

Wirausahawan yang memiliki pengetahuan, kemampuan, kreativitas dan imajinasi akan dengan mudah menangkap peluang. Dimana hal tersebut merupakan faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha tidak hanya pada tahap awal tetapi juga pada masa yang akan datang, dan ini menjadi pendorong untuk mendorong terciptanya kekayaan wirausaha dengan hasil kinerja usaha yang tinggi. Modal social sendiri penting, di dalamnya hadir nilai, norma, saling percaya untuk terlibat dalam hubungan timbal baik. Sehingga (Andriani & Christoforou, 2016) modal sosial adalah hubungan aktif antara manusia, kepercayaan, saling pengertian, kesetaraan nilai dan perilaku yang mengikat dalam jaringan yang mengarah pada kerjasama. (Ito & Harada,

2003) menemukan bahwa salah satu penentu keberhasilan program pinjaman di negara berkembang adalah hubungan yang erat antara debitur dan lembaga keuangan mikro. Ketika kreditur memiliki hubungan yang erat dengan kreditur, maka peran ikatan sosial antar pribadi merupakan unsur penting dalam menjamin pelunasan pinjaman. (Sharma & Zeller, 1997) berpendapat bahwa perilaku oportunistik dalam hubungan kerjasama industri melihat keberadaan modal sosial sebagai faktor nilai yang menciptakan peluang untuk menghasilkan nilai industri.

Penelitian ini sepakat dengan teori Barney Resources Based View atau RBV bahwa sumberdaya adalah aset strategis dalam ikut persaingan. Sama halnya dengan penelitian sebelumnya modal sosial berpengaruh untuk para pelaku usaha berkelanjutan (Akintimehin et al., 2019; Andriani & Christoforou, 2016; Anshori, 2020; EGBERI & OMOGBIYA, n.d.; Febrian & Maulina, 2018; Lang et al., 2022; Muslikah et al., 2018; Schlepffhorst et al., 2020; Supriandi, 2022; Yani et al., 2020; Yekty & Solovida, 2021). Dimensi modal sosial yang diusulkan (Andriani, 2013; Bourdieu & Richardson, 1986; J. S. Coleman, 1988; Fujiwara & Kawachi, 2008; Fukuyama, 2002; Prusak & Cohen, 2001; Putnam, 1994) ini relevan dengan perkembangan dinamis bisnis di masa kini.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa industri kuliner di Kabupaten Sukabumi dalam keadaan sosial yang baik mereka pula telah mampu menciptakan keunggulan kompetitif untuk menjawab keberlanjutan. Modal sosial memberikan pengaruh untuk mencapai finansial. Namun, masih terdapat tidak stabil antara UMKM industri kecil dan Industri besar dalam sumber daya finansial ini bisa diatasi dengan penguatan wirausaha untuk modal sosial. Apabila modal sosial untuk mereka kuat, mereka akan memiliki kemungkinan kekuatan mendapatkan pinjaman baik dari bank, pinjaman berasal dari keluarga bahkan dari koperasi setempat mereka hadir.

REFERENSI

- Adeoye, I. A., Agbawodikeizu, J., & Egwakhe, A. J. (2019). Innovation Adoption Determinants and Competitive Advantage of Selected SMEs in Ado-Ota, Ogun State, Nigeria. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science (IJAEMS)*, 5(4), 282–289.
- Agyapong, F. O., Agyapong, A., & Poku, K. (2017). Nexus between social capital and performance of micro and small firms in an emerging economy: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1309784.
- Ahmad, A. R. (2019). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan*.
- Ahmad, C. R., Khattak, J., Khan, M. N., & Khan, N. A. (2011). Pros & cons of macro environment (PEST Factors) on new product development in fast food industry of Pakistan for sustainable competitive advantage interdisciplinary. *Journal of Contemporary Research in Business*, 3(2), 932–945.
- Aisyah, S. N. (2022). *PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN READINESS TO CHANGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA UD. BERSINAR JOMBANG)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Akintimehin, O. O., Eniola, A. A., Alabi, O. J., Eluyela, D. F., Okere, W., & Ozordi, E. (2019). Social capital and its effect on business performance in the Nigeria informal sector. *Heliyon*, 5(7), e02024.

- Alkhamery, N., Zainol, F. A., & Al-Nashmi, M. (2021). The role of dynamic capabilities in reconfiguring operational capabilities for digital business transformation. *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)*, 1–8.
- Anderson, B. S., & Eshima, Y. (2013). The influence of firm age and intangible resources on the relationship between entrepreneurial orientation and firm growth among Japanese SMEs. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 413–429.
- 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.
- Anshori, M. N. (2020). *ANALISIS PENGARUH MODAL FINANSIAL DAN MODAL SOSIAL TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA SANTRI PADA KOMUNITAS SANTRIPRENEUR DI KABUPATEN TEMANGGUNG*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- 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.
- Ardyan, E., Nurtantiono, A., Istiyanto, B., & Rahmawan, G. (2017). Green innovation capability as driver of sustainable competitive advantages and smes marketing performance. *Technology*, 8(8), 1114–1122.
- Ardyan, 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.
- 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*.
- Astuti, P. D., Chariri, A., & Rohman, A. (2019). Association Between Intellectual capital and competitive advantage: A case study on the hotel industry in Bali province, Indonesia. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(4), 440–449.
- Augier, M., & Teece, D. J. (2009). Dynamic capabilities and the role of managers in business strategy and economic performance. *Organization Science*, 20(2), 410–421.
- Azhara, Y., Studi, P., Manajemen, M., Pascasarjana, P., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2020). *DIMEDIASI KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus Pada Kontruksi Bengkel Las Mahkamah Kota)*.
- Banani, A. (2013). Bagaimana Menggapai Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 1(1).
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Barney, J. B., & Barney, J. B. (2001). *year retrospective on the resource-based view*. <https://doi.org/10.1177/014920630102700602>
- Bimantara, A. R., Hidayat, W., & Suliswanto, M. S. W. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 4(1), 1–13.
- Bourdieu, P., & Richardson, J. G. (1986). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press New York.

- 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).
- Cheung, C. Y. M., Wong, I. Y., Yan, K.-W., & Kwong, Y.-L. (2014). Cytomegalovirus oral lesions: harbinger of retinitis in the absence of viraemia. *Annals of Hematology*, 93(9), 1613–1615.
- Coleman, E. A. (2005). In *Re Hoery v. United States: Compensating Homeowners for Loss of Property Value Due to Toxic Pollution under the Continuing Tort Doctrine*. *Vill. Envtl. LJ*, 16, 35.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95–S120.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Desain: Pendekatan Kualitatif, Kualitatif, Dan Mixed (Edisi Ketii)*. Yogyakarta.
- David, F., & David, F. R. (2016). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases*. Pearson–Prentice Hall Florence.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331.
- Diugwu, I. (2011). Knowledge acquisition and sharing: a sustainable source of competitive advantage in supply chains. *Proceedings of the International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management & Organizational Learning*, 157–163.
- 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).
- EGBERI, A. K., & OMOGBIYA, O. S. (n.d.). *INTELLECTUAL CAPITAL AND GROWTH STRATEGIES: A Study of Selected Quoted Service Companies in Nigeria*.
- Eshima, Y., & Anderson, B. S. (2017). Firm growth, adaptive capability, and entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 38(3), 770–779.
- 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.
- 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.

- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2004). The role of social capital in financial development. *American Economic Review*, 94(3), 526–556.
- Hadi, S., & Purwati, A. A. (2020). Modal Sosial dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(1), 255–262.
- Hair, J. F. (2009). *Multivariate data analysis*.
- Hall, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14(8), 607–618.
- Hunt, S. D., & Morgan, R. M. (1995). The comparative advantage theory of competition. *Journal of Marketing*, 59(2), 1–15.
- Imam Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit-UNDIP.
- Ito, T., & Harada, K. (2003). *Market Evaluations of Banking Fragility in Japan: Japan Premium, Stock Prices, and Credit Derivatives*. National Bureau of Economic Research Cambridge, Mass., USA.
- John, F. (2016). Modal sosial. Yogyakarta. Kreasi Wacana.
- Joshi, A. W., & Sharma, S. (2004). Customer knowledge development: antecedents and impact on new product performance. *Journal of Marketing*, 68(4), 47–59.
- 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.
- Kraus, S., Rigtering, J. P., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: a quantitative study from the Netherlands. *Review of Managerial Science*, 6(2), 161–182.
- Kumar, D. (2016). *Building sustainable competitive advantage: Through executive enterprise leadership*. Routledge.
- Lang, L. D., Dong, N. T., Ferreira, J. J. M., Behl, A., & Dao, L. T. (2022). Sustainable agribusiness entrepreneurship during the Covid-19 crisis: the role of social capital. *Management Decision*, 60(9), 2593–2614.
- Lestari, D. A., Savitri, E., & Natariasari, R. (2021). KINERJA UMKM DITINJAU DARI BUDAYA ORGANISASI, ORIENTASI KEWIRUSAHAAN, MANAJEMEN KUALITAS TOTAL, DAN MODAL SOSIAL. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 2(2), 217–238.
- Liu, H., Hou, J., Yang, P., & Ding, X. (2011). Entrepreneurial orientation, organizational capability, and competitive advantage in emerging economies: Evidence from China. *African Journal of Business Management*, 5(10), 3891–3901.
- Malhotra, N. K. (1981). A scale to measure self-concepts, person concepts, and product concepts. *Journal of Marketing Research*, 18(4), 456–464.
- 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.
- Mulyono, F. (2013). Firm Capability dalam Teori Resource-Based View. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2).

- Muslikah, N. A., Haryono, A. T., & Harini, C. (2018). PENGARUH KOMPETENSI ENTREPRENEURIAL, STRATEGI KEWIRAUSAHAAN DAN MODAL SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF BERKELANJUTAN DENGAN KINERJA USAHA (PENGUSAHA) SEBAGAI VARIABLE INTERVENING (Studi Kasus Pada UKM Mebel di Desa Kembang Kab. Jepara). *Journal of Management*, 4(4).
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Narayan, D., & Pritchett, L. (1999). Cents and sociability: Household income and social capital in rural Tanzania. *Economic Development and Cultural Change*, 47(4), 871–897.
- 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.
- NGUYEN, H., TRAN, T. H. M., NGUYEN, T. H. Y., & TRUONG, D. D. (2021). The Influence of Competitive Advantage on Financial Performance: A Case Study of SMEs in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 335–343.
- Porter, M. (1980). E.(1980). *Competitive strategy*. New York.
- Prasetyo, P. E., Setyadharna, A., & Kistanti, N. R. (2020). Social Capital: The main determinant of MSME entrepreneurship competitiveness. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(3), 6627–6637.
- Prasetyo, T., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *MODAL SOSIAL PENGUSAHA MIKRO DAN KECIL SEKTOR INFORMAL DAN HUBUNGANNYA DENGAN KINERJA BISNIS DI WILAYAH JAWA TIMUR*. 1(3), 1–4.
- Prusak, L., & Cohen, D. (2001). How to invest in social capital. *Harvard Business Review*, 79(6), 86–97.
- Pudyastuti, E., & Saputra, A. (2021). Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan di Masa Pandemi Covid-19. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 437–449.
- Purwati, A., Budiyanto, B., Suhermin, S., & Hamzah, M. (2021). The effect of innovation capability on business performance: The role of social capital and entrepreneurial leadership on SMEs in Indonesia. *Accounting*, 7(2), 323–330.
- Putnam, R. D. (1994). Social capital and public affairs. *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences*, 5–19.
- Putri, S. M. (2020). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)(Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Rokan Hilir). *Journal of Public and Business Accounting*, 1(2), 43–53.
- Rahmana, A. (2009). *PERANAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENINGKATAN*. 2009(Snati), 11–15.
- Rashin, M. A., & Ghina, A. (2018). Identifikasi Inovasi dan kinerja bisnis dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(2), 213–219.
- Rua, O., França, A., & Ortiz, R. F. (2018). Key drivers of SMEs export performance: the mediating effect of competitive advantage. *Journal of Knowledge Management*.
- Sabatini, F. (2006). *The empirics of social capital and economic development: a critical perspective*.

- 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.
- Santoso, B. (2020). The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises Toward Sustainable Development Goals Through Islamic Financial Institutions. *2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019)*, 585–595.
- 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*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business A Skill-Building Approach Seventh Edition. In *john wiley & sons*. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Sharma, M., & Zeller, M. (1997). Repayment performance in group-based credit programs in Bangladesh: An empirical analysis. *World Development*, 25(10), 1731–1742.
- Sheldon, C., & Morgan, C. D. (1984). The Child Development Specialist: A prevention program. *Personnel & Guidance Journal*.
- Simatupang, B. (2013). Tinjauan Komplementer Pengaruh Teori Market-Based View (MBV) dan Resource-Based View (RBV) terhadap Strategi dan Kinerja Perusahaan. *Binus Business Review*, 4(1), 322–330.
- 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.
- Srivastava, R. K., Shervani, T. A., & Fahey, L. (1998). Market-based assets and shareholder value: A framework for analysis. *Journal of Marketing*, 62(1), 2–18.
- Suandi, E., & Susilo, Y. S. (2011). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA *. 12, 45–55.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309.
- 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.
- Sulaiman, E., Handayani, C., & Widyastuti, S. (2021). TRANSFORMASI DIGITAL TECHNOLOGY-ORGANIZATION-ENVIRONMENT (TOE) DAN INOVASI DIFUSI E-BUSINESS UNTUK UMKM YANG BERKELANJUTAN: MODEL KONSEPTUAL. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 51–62.
- Supriandi, S. (2022). PENGARUH MODAL SOSIAL, KAPABILITAS FINANSIAL, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP DAYA SAING BISNIS BERKELANJUTAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA UMKM INDUSTRI KULINER DI KOTA SUKABUMI. Nusa Putra.

- Susanto, O. A., & Sukarno, G. (2022). Analisis Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan dan Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Mebel di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 673–685.
- Tambunan, T. T. H. (2009). *SMEs in Asian developing countries*. Springer.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.
- Teece, D. J. (2012). Dynamic capabilities: Routines versus entrepreneurial action. *Journal of Management Studies*, 49(8), 1395–1401.
- Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, 41(4), 464–476.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419–1428.
- Usvita, M. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1), 30–37.
- Van Gelderen, M. (2007). Country of origin as a source of business opportunities. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4(4), 419–430.
- Widagdo, H. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1(1), 1–10.
- Widagdo, S., Rachmaningsih, E. K., & Handayani, Y. I. (2019). (Buku) *Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas dan Sumberdaya*. Mandala Press.
- Wihardja, Y., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2016). *Perilaku cv. anugerah jaya dalam menerapkan modal sosial untuk pengembangan bisnis*. 4(2), 244–249.
- Wiklund, J., Patzelt, H., & Dimov, D. (2016). Entrepreneurship and psychological disorders: How ADHD can be productively harnessed. *Journal of Business Venturing Insights*, 6, 14–20.
- 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.
- Witjaksono, H. P. (2014). Analisis orientasi kewirausahaan dan sumber daya internal perusahaan terhadap kinerja melalui keunggulan bersaing (Studi pada usaha mikro kecil dan menengah furniture Kabupaten Jepara). *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 82–110.
- 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.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225–249.
- Wulandary, A., Burhanuddin, B., & Priatna, W. B. (2018). Kinerja Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Pelaku Umkm Olahan Abon Ikan. *Jurnal AGRISEP Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 129–138.

- Wulandary, A., R. F., & Hartina, H. (2021). Profil Bisnis Startup Virgin Coconut Oil Menggunakan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal AGRISEP Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(01), 179–194. <https://doi.org/10.31186/agrisep.20.01.179-194>
- 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.
- Yuliantari, N. P. Y., & Pramuki, N. M. W. A. (2022). The Role of Competitive Advantage in Mediating the Relationship Between Digital Transformation and MSME Performance in Bali. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 9(1), 66–75.
- Zhang, X., Ma, X., & Wang, Y. (2012). Entrepreneurial orientation, social capital, and the internationalization of SMEs: Evidence from China. *Thunderbird International Business Review*, 54(2), 195–210.