

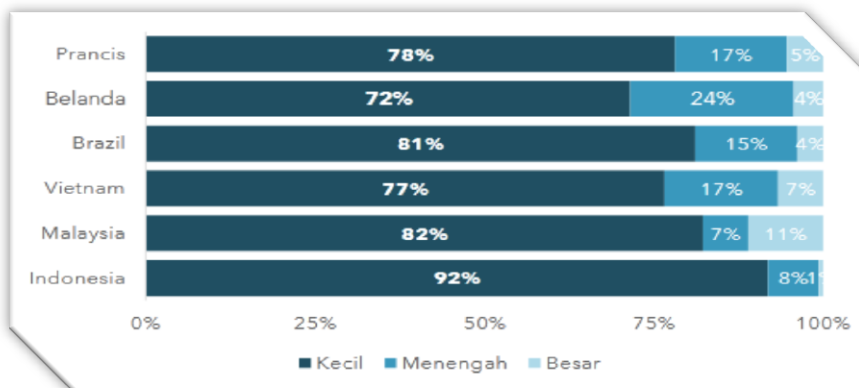
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Para pedagang kecil yang termasuk ultra mikro umumnya mereka berada pada unit usaha yang menjalankan ekonomi kerakyatan dengan penyerapan tenaga kerja yang cukup tinggi terhadap PDB. Di satu sisi UMKM sangat tahan dalam menghadapi krisis ekonomi, situasi dan kondisi *disruptif* lainnya (Bank Indonesia, 2020). Usaha mikro kecil dan menengah ternyata bisa melewati tantangan yang datang dari berbagai arah karena mereka tidak terpengaruh dengan isu global atau situasi makro ekonomi, contohnya pada krisis moneter pada tahun 1998 UMKM tetap bertahan menjalankan ekonomi rakyat (Saefullah, 2022).

Secara keseluruhan, perkembangan UMKM di tingkat global menunjukkan dinamika yang positif namun penuh tantangan. UMKM kini tidak lagi dipandang sebagai usaha tradisional yang terbatas pada pasar lokal, melainkan sebagai aktor global yang mampu bersaing melalui inovasi, digitalisasi dan integrasi dengan pasar internasional. Kedepan, keberlanjutan UMKM di dunia akan sangat ditentukan oleh kemampuan adaptasi mereka terhadap perubahan teknologi, regulasi, serta tren konsumen yang semakin mengutamakan aspek keberlanjutan. Perkembangan UMKM di beberapa negara disajikan dalam Gambar 1.1 di bawah ini:



Sumber: The SMERU Research Institute (2023)

Gambar 1.1 Persepsi UMKM di Beberapa Negara

Gambar 1.1 mengilustrasikan ternyata UMKM Indonesia paling banyak 92% berada di posisi usaha kecil, sedangkan Usaha menengah 8% paling rendah jika dibandingkan dengan negara lain. Oleh sebab itu, besarnya usaha mikro menjadi potensi, khususnya pelaku ultra mikro yang berada dilapisan terbawah dari usaha mikro, jika dapat memanfaatkan sumber daya yang ada disekitar untuk dapat memiliki daya saing dan naik kelas.

Program pembiayaan usaha ultra mikro (Umi) dapat membantu permasalahan permodalan bagi usaha ultra mikro menunjukkan dukungan pemerintah yang besar pada usaha ultra mikro. Perkembangan dan potensi UMKM di Indonesia terlihat dari besarnya jumlah UMKM yang terdata di tahun 2022. Berdasarkan data UMKM 2022 menunjukkan di Jawa Barat mempunyai total UMKM terbesar jika dibandingkan dengan wilayah lainnya di Indonesia. Besarnya jumlah UMKM di Jawa Barat dapat menjadi peluang dalam meningkatkan perekonomian daerah. Namun demikian, pada salah satu kota/kab di Jawa Barat yaitu UMKM di Kota/Kabupaten Bekasi masih menemui berbagai permasalahan. Menurut Ridwan (2023), bahwa tahun 2021 dan 2022 produksi dan penjualan para pelaku UMKM di Kota Bekasi menurun 60% sampai 70%. Diharapkan di tahun 2023 UMKM di Bekasi mulai bangkit diiringi dengan pemulihan ekonomi diberbagai sektor, khususnya pelaku UMKM kuliner selama tahun 2021-2022 penjualan menurun drastis (<https://radarbekasi.id>).

Menurut Dewan Pertimbangan Daerah Bekasi menjelaskan bahwa terdapat empat masalah besar UMKM termasuk di Bekasi yaitu (1) Masalah permodalan. Modal telah disalurkan oleh Pemerintah melalui KUR yang disalurkan melalui Perbankan, namun sebagian besar UMKM belum *bankable*; (2) Masalah Pemasaran. Dalam era digital, pemasaran sangat terbuka untuk diakses melalui media, namun banyak UMKM belum familiar dengan *digital marketing*; (3) Masalah inovasi produk. Masih banyak UMKM produknya masih belum memperhatikan kualitas rasa dan belum memiliki kemasan yang memiliki daya tarik yang tinggi; dan (4) Masalah *Networking* (jaringan). Jaringan dalam bisnis sama pentingnya dengan modal. Dalam jaringan membutuhkan forum yang dapat saling memberikan informasi, berbagai peluang sesama pelaku UMKM, dan saling menopang (<https://bekasi.pks.id>). Keberadaan usaha ultra mikro sebagai

lapisan terbawah dari usaha mikro yang sangat besar di lapisan masyarakat Kota Bekasi dan Kabupaten Bekasi :

Tabel 1.1 Jenis Usaha UMKM

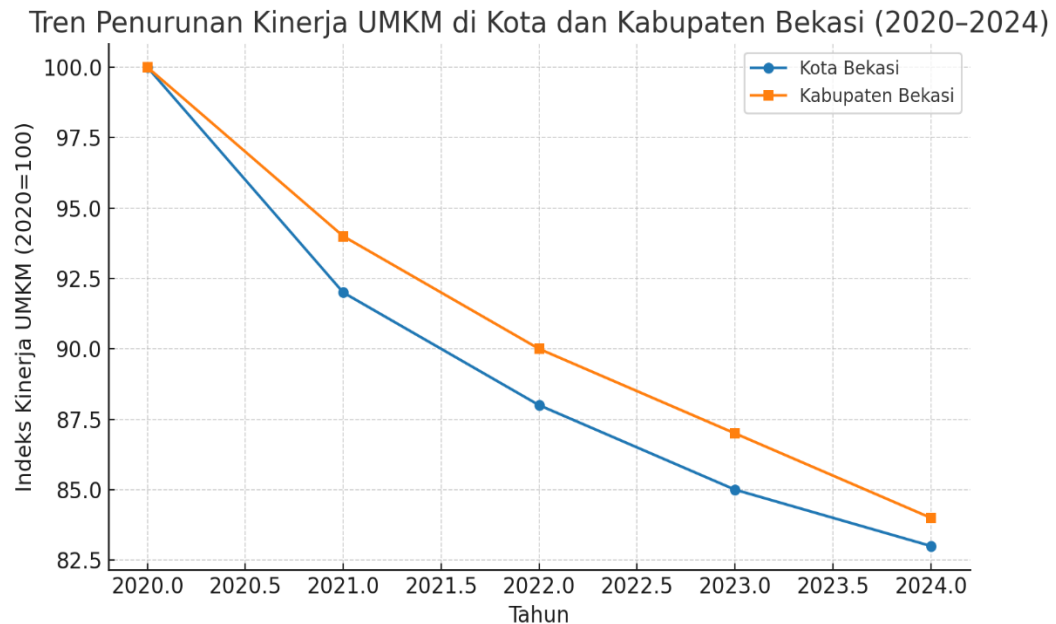
Kota Bekasi		Kabupaten Bekasi	
Jenis Usaha	Jumlah UMKM	Jenis Usaha	Jumlah UMKM
Aksesoris	638	Aksesoris	726
Batik	638	Batik	726
Bordir	91	Bordir	104
Craft	22792	Craft	25933
Fashion	22245	Fashion	25311
Konveksi	13584	Konveksi	15456
Kuliner	98097	Kuliner	111617
Makanan	71749	Makanan	81638
Minuman	13311	Minuman	15269
Jasa/lainnya	30997	Jasa/lainnya	35269

Sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id>.

Tabel ini menunjukkan bahwa UMKM dengan jenis usaha kuliner menempati posisi yang paling besar diantara UMKM lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Jenis usaha kuliner paling banyak diminati, karena usaha kuliner menjadi pilihan sehari-hari yang tidak pernah mati tergerus zaman. Namun demikian, UMKM jenis usaha kuliner belum tentu terus berjaya. Semua tergantung pada para pelaku usaha, yang terus menerus melakukan inovasi, karena persaingan di jenis usaha kuliner sangat ketat dan banyak. Rendahnya inovasi akan mempengaruhi kinerja usaha. Oleh karena itu, diperlukan pembenahan dalam inovasi UMKM. Perusahaan dengan tingkat inovasi produk yang tinggi mampu menciptakan kebutuhan baru bagi konsumen dan mencapai kinerja tinggi (Schumpeter, 2017).

Kebijakan pemerintah meskipun sudah dilakukan dengan menyalurkan kredit mikro namun belum mampu membuat UMKM berdaya saing lebih tinggi. Untuk meningkatkan daya saing UMKM maka diperlukan pembenahan meliputi produktivitas dan inovasi, kemudahan berusaha, akses pasar, akses permodalan, dukungan Infrastruktur dan siklus bisnis (Bank Indonesia, 2022).

Berdasarkan hasil penelusuran khususnya di UMKM wilayah Kota dan Kabupaten Bekasi diperoleh data tentang kinerja UMKM yang kondisinya menurun drastis seperti data di bawah ini:



Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Jawa Barat 2024

Gambar 1.2 Tren Penurunan Kinerja UMKM

Gambar 1.2. mengilustrasikan terlihat bahwa baik Kota maupun Kabupaten Bekasi mengalami penurunan indeks kinerja sejak 2020, dimana Kota Bekasi sedikit lebih tajam turunnya dibanding Kabupaten Bekasi

Tabel 1.2 Penurunan Kinerja UMKM Khususnya Kuliner di Bekasi Periode 2024

<i>Lokasi</i>	<i>Penurunan Kinerja / Omzet UMKM</i>
<i>Kota Bekasi</i>	-70% (penjualan stagnan/melambat)
<i>Kabupaten Bekasi</i>	-30,5% (penurunan daya beli masyarakat)

Sumber: Dinas UMKM, Jawa Barat 2024

Tabel di atas mengilustrasikan selama tahun 2024 telah terjadi penurunan kinerja UMKM di bidang kuliner -70% untuk Kota Bekasi dan -30% untuk Kabupaten

Bekasi. Hal ini penyebabnya diduga *social capital*, sedangkan *social capital* seharusnya memiliki jaringan, kepercayaan, dan norma sosial telah membentuk hubungan antar individu maupun kelompok dalam masyarakat sehingga mampu meningkatkan kinerjanya dengan baik (Liu *et al.*, 2022). Sementara beberapa penelitian ternyata hubungan antara *social capital* dan *intellectual capital* mampu meningkatkan kinerja UMKM, sehingga telah menjadi salah satu topik menarik di dunia akademis (Weqar *et al.*, 2025; Xu & Zhang, 2021).

Meskipun daya beli masyarakat menurun, *social capital* berperan sebagai penyangga. UMKM yang memiliki hubungan baik dengan pelanggan tetap dapat mempertahankan sebagian omzet melalui loyalitas konsumen (Jian Xu, Haris, 2022). Begitu pula, jaringan komunitas bisnis yang solid dapat membantu pelaku UMKM melakukan kolaborasi pemasaran, berbagi sumber daya, bahkan mengakses modal melalui arisan komunitas. Dengan kata lain, *social capital* atau modal sosial memperkecil risiko isolasi usaha ketika krisis ekonomi melanda (Shehzad *et al.*, 2022). Beberapa UMKM kuliner di Bekasi yang tergabung dalam komunitas ultra mikro mampu bertahan hidup dan berkelanjutan. Dukungan jaringan sosial ini terbukti menjaga omzet mereka meskipun secara umum daya beli masyarakat menurun (Jannah *et al.*, 2023).

Selain *social capital* (modal sosial), *intellectual capital* (modal intelektual) menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM (Khalique, Muhammad & Abdul, 2020). Dalam era digital, *intellectual capital* yang kuat memungkinkan UMKM untuk berpindah dari kanal pemasaran tradisional ke platform digital, seperti *e-commerce*, *market place*, dan layanan pesan antar berbasis aplikasi (Syayu Zhukhruffa, 2023).

Ketika sektor kuliner mengalami penurunan permintaan secara *offline*, UMKM yang cepat beradaptasi ke kanal *online* terbukti lebih bertahan (Rosyidiana & Narsa, 2024). UMKM di Kabupaten Bekasi yang beralih ke layanan *GoFood* dan *GrabFood* tidak hanya mampu menahan penurunan omzet, tetapi bahkan menjangkau pasar baru di luar area penjualan konvensional mereka. Oleh sebab itu Yilmaz, (2023) menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak sekadar berfungsi menjaga kinerja, tetapi juga membuka ruang eksplorasi dan pertumbuhan baru.

Inovasi merupakan pendorong utama kesuksesan UMKM (Albats *et al.*, 2023; Zhou *et al.*, 2023). Inovasi menjadi mediator *social capital* dan *intellectual capital* dalam pemulihan kinerja UMKM (Rosari *et al.*, 2024). Tanpa inovasi, jaringan sosial hanya menjadi relasi pasif dan modal intelektual hanya menjadi potensi yang tidak teraktualisasi. Inovasi produk, inovasi pemasaran, dan inovasi layanan merupakan hasil nyata dari interaksi keduanya (Kadiyono & Susanto, 2025). Dengan demikian, inovasi memegang kunci dalam mentransformasikan modal sosial dan intelektual menjadi pemulihan kinerja yang terukur (Susanto, 2025). Inovasi sebagai variabel penting dalam menentukan kinerja keuangan perusahaan (Olazo, 2023; Hutahayan, 2021).

UMKM juga sangat ditentukan oleh *managerial ability* yang mencakup keterampilan mengelola keuangan, perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya manusia, dan pemanfaatan data untuk pengambilan keputusan (Hasan & Alam, 2025; Hao, 2024; Haque & Puwanenthiren, 2025). Pelaku UMKM yang terampil secara manajerial mampu mengalokasikan anggaran secara efisien, memilih strategi pemasaran digital yang tepat, serta menjaga kualitas produk meski biaya produksi meningkat. Sebaliknya, kelemahan manajerial sering membuat UMKM tidak mampu mengoptimalkan sumber daya yang tersedia, sehingga gagal menahan dampak krisis (Pasko, 2024; Rasoulkhan, 2024; Sewpersadh, 2025).

Studi yang mengkaitkan antara *Social Capital* dengan Kinerja UMKM sudah banyak dilakukan diantaranya : Ozgun (2022); Aisjah (2024); Ojokuku, R. M. Olomu & David, (2024); Ibeku (2024); Muna (2024); Welhelmina *et al.*, (2024); Ahmed & Guozhu, (2020); Dar & Mishra (2020); Analia (2020); Kanini (2022); Rustiarini (2022) namun hasil penelitian mereka cukup beragam. Ada yang menyatakan *social capital* mampu meningkatkan kinerja: Aisjah (2024); Ojokuku, R. M. Olomu & David, (2024); Ibeku, (2024); Muna *et al.*, (2024); Welhelmina *et al.*, (2024), akan tetapi ada juga yang menyatakan tidak berpengaruh diantaranya: Ozgun *et al.*, (2022); Ahmed & Guozhu, (2020); Kanini *et al* (2022). Dengan demikian, hasil penelitian terdahulu tidak konsisten sehingga menjadi celah untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Jika dilihat dari hubungan antara *Intellectual capital* dikaitkan dengan kinerja UMKM, juga telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya

diantaranya: Aljuboori *et al.*, (2022); Sohu *et al.*, (2024); Ali & Castro, (2025); Prasad & Mondal, (2025); Shahbaz & Ahmad, (2024); Zahid *et al.*, (2024). Pada umumnya mereka menyoroti bahwa *intellectual capital* mampu meningkatkan ketahanan dan kinerja selama disrupsi ekonomi dan memberikan pembelajaran bagi pelaku UMKM untuk pertumbuhan berkelanjutan.

Salah satu kesenjangan penelitian (*research gap*) yang ditemukan dalam kajian terdahulu adalah adanya ketidakkonsistenan hasil. Beberapa studi menyatakan *social capital* memiliki dampak pada peningkatan kinerja UMKM, namun studi lain menemukan hasil berbeda, Kondisi ini menimbulkan pertanyaan teoritis: apakah benar *social capital* memang tidak mampu meningkatkan kinerja, atau justru pengaruhnya secara tidak langsung melalui variabel lain?

Untuk menjawab kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan ***Resource-Based Theory (RBT)*** sebagai *grand theory* pada penelitian ini. Menurut RBT, keunggulan bersaing berkelanjutan dicapai apabila organisasi mampu mengelola sumber daya yang ada di internal. Sementara *social capital* dapat dipandang sebagai salah satu sifat yang dilakukan sehari-hari, berupa jaringan, kepercayaan, dan norma yang memungkinkan pertukaran informasi serta akses ke berbagai peluang dan pembentukan komunitas para pelaku pedagang kecil khususnya makanan dan minuman. Namun, sumber daya tersebut tidak serta-merta meningkatkan keunggulan kinerja apabila tidak diolah lebih lanjut.

Maka inovasi berperan untuk menjembatannya. Dengan kata lain, inovasi menjadi sarana untuk mentransformasi *social capital* yang bersifat laten menjadi kapabilitas nyata yang berkontribusi pada kinerja UMKM. Dengan demikian, penerapan ***Resource-Based Theory*** dalam penelitian ini menegaskan bahwa *social capital* harus diproses melalui inovasi yang mampu meningkatkan kinerja UMKM. Perspektif ini sekaligus menjelaskan mengapa sebagian penelitian sebelumnya menemukan pengaruh langsung *social capital* terhadap kinerja tidak signifikan: karena jalur pengaruh tersebut bergantung pada keberadaan inovasi sebagai penghubung utama.

Alasan inovasi dijadikan variabel mediasi didasarkan pada teori RBT untuk meningkatkan kapabilitas yang sulit ditiru. Inovasi merupakan salah satu bentuk UMKM mengubah modal sosial, pengetahuan, maupun keterampilan menjadi

keunggulan kompetitif sehingga inovasi berfungsi sebagai proses transformasi dari potensi sumber daya menuju kinerja usaha yang berkelanjutan (Barney, 1991)

Social capital, menyediakan akses informasi, ide, dan peluang pasar. Namun, informasi tersebut tidak akan memberikan nilai tambah jika tidak diwujudkan menjadi inovasi produk. Demikian pula, *intellectual capital* yang mencakup pengetahuan, keterampilan, sistem, dan relasi bisnis, hanya menjadi aset pasif bila tidak diterjemahkan dalam bentuk pembaruan produk atau layanan. Sejumlah penelitian empiris mendukung pandangan ini. Studi Ozgun (2022), Rehman. (2021), dan Rustiarini (2022) menemukan inovasi dapat menjembatani *social capital* dan *intellectual capital* dalam meningkatkan Kinerja. Penelitian terbaru pada UMKM di berbagai negara tahun 2024–2025 juga mengonfirmasi bahwa inovasi produk dan inovasi proses berperan sebagai variabel penghubung yang signifikan. Dengan demikian, menjadikan inovasi sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini memiliki dasar teoritis yang kuat sekaligus relevansi empiris yang nyata.

Mengacu pada hasil penelitian sebelumnya, maka semakin menegaskan bahwa keberhasilan UMKM melekat pada pelaku UMKM itu sendiri. Ternyata, meskipun mereka tidak *bankable*, namun para pelaku UMKM memiliki hubungan, kepercayaan, serta jaringan pelaku melalui komunitas usaha menjadi sumber daya strategis yang memperkaya pertukaran informasi dan mempercepat adopsi gagasan baru. Oleh sebab itu, *social capital* terbukti memainkan peran penting dalam mendorong terbentuknya inovasi (Ozgun, 2022; Rehman 2021; Rustiarini (2022).

Sisi lain, organisasi yang mampu mengelola pengetahuan dan kompetensi kolektif akan lebih mudah menciptakan produk maupun proses bisnis yang unggul *intellectual capital* yang mencakup pengetahuan, keterampilan dan kompetensi karyawan juga terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap inovasi (Beltramino 2021; Rideg, 2023; Aljuboori, 2022).

Selanjutnya, Inovasi bukan hanya sekadar pembaruan produk, tetapi juga mencakup transformasi strategi, model bisnis, hingga penggunaan teknologi yang secara nyata meningkatkan daya saing. Oleh sebab itu, inovasi berperan sebagai katalisator peningkatan kinerja UMKM (Hama & Cavusoglu, 2023; Aljuboori,

2022; Rustiarini, 2022; Vijayakumar & Chandrasekar, 2022; Faturachman, 2023; Beltramino *et al* 2021).

Inovasi berfungsi menjembatani pengaruh *social capital* terhadap kinerja UMKM (Kanini, 2022; Aljuboori *et al.*, 2022; Khalique, 2022; Saleh & Koliby, 2024). Dengan kata lain, jaringan sosial yang kuat tidak serta merta meningkatkan kinerja yang optimal, melainkan harus diolah terlebih dahulu melalui proses inovatif. Hal serupa juga terlihat pada modal intelektual, pengetahuan dan keterampilan baru akan mampu meningkatkan kinerja jika diwujudkan dalam bentuk inovasi (Rustiarini, 2022).

Pebisnis yang memiliki keterampilan manajerial tinggi, tentunya akan mampu mengintegrasikan *social capital*, *intellectual capital* dan inovasi dalam strategi bisnis yang berorientasi pada proses dan hasil. Terbukti kemampuan manajerial turut menjadi faktor krusial yang berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Ting 2021, Ratnawati 2021; Aora 2022, Agustia (2022), Pada dasarnya *manajerial ability* diharapkan untuk mampu memperkuat *social capital* ketika meningkatkan kinerja UMKM.

Beberapa alasan *Manajerial Ability* dijadikan variabel moderasi adalah Pertama, dalam hubungan modal sosial terhadap kinerja, kemampuan manajerial menentukan sejauh mana jaringan, kepercayaan, dan norma yang dimiliki UMKM dapat dimanfaatkan menjadi peluang usaha. *Social capital* yang luas tidak akan berarti tanpa adanya manajer yang mampu mengelola dan mengeksekusi potensi jaringan tersebut. Semakin kuat kemampuan manajerial, semakin besar pula pengaruh modal sosial terhadap kinerja UMKM.

Kedua, Pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman kerja tidak otomatis meningkatkan kinerja bila tidak disinergikan dalam proses pengambilan keputusan yang tepat. Pelaku usaha dengan kemampuan mengintegrasikan *intellectual capital* ke dalam usaha, maka dampaknya semakin optimal terhadap kinerja UMKM.

Ketiga, kemampuan manajerial berperan dalam menghubungkan inovasi dengan kinerja. Inovasi produk membutuhkan pengelolaan, strategi komersialisasi, serta alokasi sumber daya yang tepat agar inovasi tersebut dapat benar-benar memberikan keuntungan. *Managerial ability* memastikan bahwa ide-ide inovatif

tidak hanya berhenti pada tahap perencanaan, tetapi juga berhasil diterapkan hingga menghasilkan peningkatan kinerja.

Penelitian ini didasarkan dari fenomena kinerja UMKM yang kondisinya menurun, kemudian dikembangkan dengan bantuan literatur dan ternyata gambaran besar yang muncul dari literatur adalah kinerja UMKM tidak berdiri sendiri, melainkan ada penyebabnya yaitu modal sosial, modal intelektual, inovasi, dan *managerial ability*. Inovasi menempati posisi sentral sebagai penghubung yang menjadikan potensi-potensi tersebut benar-benar meningkatkan pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.

1.2 Pembatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, batasan masalah difokuskan pada lingkup UMKM yang berada di lapisan terbawah (Usaha Ultra Mikro/UMi) bidang usaha kuliner di Bekasi, sehingga temuan penelitiannya belum bisa untuk digeneralisasikan pada perusahaan besar maupun organisasi non-bisnis. Variabel yang diteliti terbatas pada *social capital*, *intellectual capital*, *managerial ability*, *innovation*, serta kinerja pelaku usaha Ultra Mikro. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti peran moderasi *managerial ability*.

Studi ini tidak membahas faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, kondisi makro ekonomi, persaingan pasar, maupun dinamika teknologi global yang juga berpotensi memengaruhi kinerja Usaha ultra mikro.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah *social capital* memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner?
2. Apakah *Social capital* memiliki pengaruh langsung terhadap *Innovation* Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner?
3. Apakah *Intellectual capital* memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner?
4. Apakah *intellectual capital* memiliki pengaruh langsung terhadap *innovation* pada Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner?

5. Apakah *innovation* memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner?
6. Apakah *innovation* memediasi pengaruh *social capital* terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner?
7. Apakah *innovation* memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner?
8. Apakah *managerial ability* memoderasi hubungan antara *social capital* dengan kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan isu penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis, menguji, dan menemukan:

1. Pengaruh langsung *social capital* terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner.
2. Pengaruh langsung *Social capital* terhadap *Innovation* pada Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner.
3. Pengaruh langsung *intellectual capital* terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner.
4. Pengaruh langsung *intellectual capital* terhadap *innovation* pada Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner.
5. Pengaruh langsung *innovation* terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner.
6. Pengaruh tidak langsung *social capital* terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner melalui *innovation*
7. Pengaruh tidak langsung *intellectual capital* terhadap kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner melalui *innovation*
8. Pengaruh *managerial ability* dalam memoderasi hubungan *social capital* dan kinerja Pelaku Usaha ultra mikro di Bekasi jenis usaha kuliner.

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan memperkaya penerapan *Resource Based Theory* oleh Barney (1991), bahwa organisasi dapat meningkatkan produktivitas usaha mikro dan memiliki kemampuan inovasi sehingga dapat memiliki daya saing.
2. Dapat memperkaya ilmu manajemen sumber daya manusia dan dapat menambah pengetahuan bagi penulis dalam bidang MSDM, khususnya variabel *Social Capital* dan *Intellectual Capital* dalam mempengaruhi kinerja dan inovasi pada usaha mikro.
3. Dapat memberikan rekomendasi terkait mengenai *innovation* dalam memediasi hubungan *Social Capital* dan *Intellectual Capital* terhadap kinerja. Penggunaan variabel *managerial ability* sebagai pemoderasi *innovation* dan kinerja.

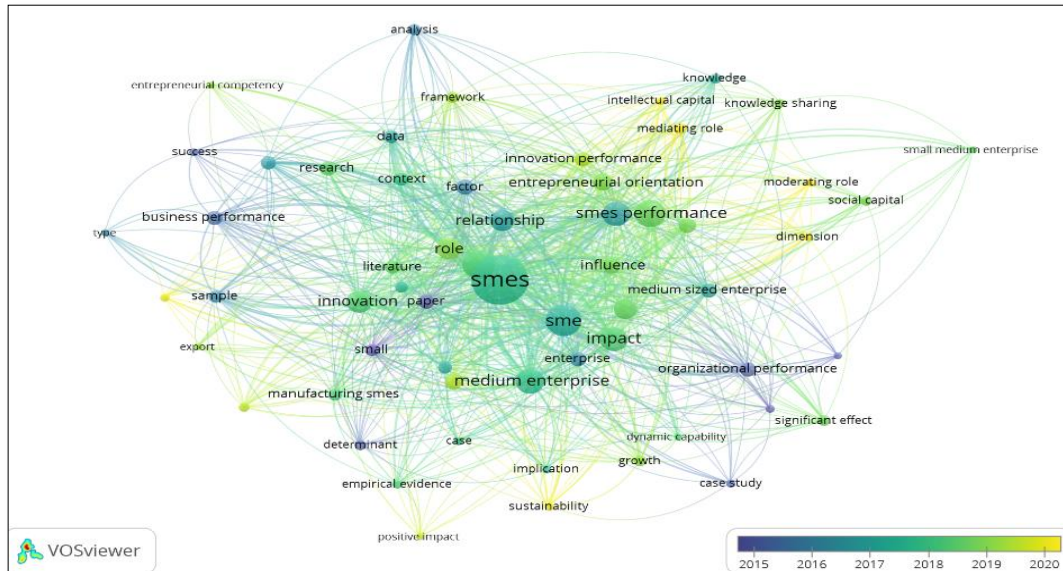
1.5.2 Kegunaan Secara Praktik

1. Hasil studi menjadi masukan dan inspirasi terhadap kinerja usahanya dengan pemanfaatan *social capital* dan *intellectual capital* dapat menjadi sumber daya bagi pelaku usaha ultra mikro sehingga lebih produktif dan memiliki daya saing. dalam menunjang pengembangan inovasi ultra mikro.
2. Bagi Dinas Koperasi dan UKM, temuan ini dapat menjadi informasi dalam memberdayakan pelaku usaha mikro khususnya ultra mikro untuk memanfaatkan *social capital* untuk memperluas jaringan dan menciptakan inovasi bersama dalam kelompok usaha mikro sehingga dapat meningkatkan produktivitas usaha.

1.6 State of The Art

Kebaruan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu mengenai *Performance SME's* menggunakan *VOSviewer*. Hasil penelusuran journal menggunakan *Publish of Perish (POP)* sebanyak 200 journal dan hasil *VOSviewer* diperoleh 5 cluster dengan 60 item dan 815 links. Berdasarkan cluster *Performance SME's* menunjukkan bahwa penelitian-penelitian baru-baru ini mengenai *intellectual capital*, *knowledge sharing*, *moderating role*, dan *mediating role*. Sedangkan pada cluster *Innovation* juga terhubung dengan kinerja UMKM

dan *social capital*, serta *intellectual capital*. Berikut jaringan yang dihasilkan oleh *Vosviewer* yang tertuang pada Gambar berikut:



Sumber: Hasil olah Meta data dan Vosviewer

Gambar 1.3 Hasil Vosviewer (Overlay Vizualization)

1. Berdasarkan jaringan yang dihasilkan oleh *VOSviewer* yang terlihat dari tampilan *Overlay Vizualization* pada cluster *Performance SME's* menunjukkan bahwa link yang tidak begitu kuat ditandai oleh bulatan kecil menunjukkan bahwa penelitian masih belum banyak dilakukan seperti *intellectual capital* terhadap kinerja Usaha ultra mikro sehingga berpeluang untuk dilakukan penelitian. Jika memperbesar gambar *Overlay visualization* terlihat bahwa (1) *Cluster Performance SME's* menghubungkan dengan *intellectual capital*, *moderating role*, dan *mediating role* dengan warna kuning yang menunjukkan penelitian yang relatif masih baru; (2) *Cluster innovation* menghubungkan dengan *social capital*, *moderating role*, dan *mediating role*. Jaringan *innovation* yang menghubungkan kinerja dan inovasi yaitu *moderating role* dan *mediating role* berwarna kuning yang menunjukkan penelitian yang relatif masih baru; (3) pada *cluster Manager* (dalam hal ini Pelaku Usaha ultra mikro atau Pemilik usaha) terhubung dengan inovasi, kinerja, dan *moderating role*; dan (4) pada *cluster organizational performance* terhubung dengan inovasi dan *capability*. Berdasarkan hal tersebut

celah-celah penelitian yang menunjukkan kebaruan pada penelitian ini sebagai berikut:

- a) Kebaruan *mediating role* yang menempatkan variabel *innovation* yang memediasi hubungan Modal sosial terhadap Kinerja Usaha ultra mikro.
 - b) Berdasarkan hasil *Vosviewer* menunjukkan bahwa *moderating role* berwarna kuning yang terhubung *manager* dan inovasi. Disamping itu, pada *cluster organizational performance* terhubung dengan *capability* (kemampuan) dan inovasi. Terdapat penelitian yang menghubungkan *managerial ability* dan inovasi penelitian, serta penelitian lainnya yang menghubungkan *managerial capability* dengan *performance*. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menempatkan variabel *managerial ability* (kemampuan manajerial) yang memoderasi hubungan modal sosial terhadap kinerja Usaha ultra mikro yang menjadi kebaruan model *moderating*.
2. Orisinalitas berdasarkan Populasi
Objek studi ini merupakan usaha mikro level terbawah yaitu ultra mikro di bidang kuliner yang masih sangat jarang digunakan oleh peneliti untuk mengukur inovasi dan kinerja Pelaku Usaha ultra mikro.
 3. *Novelty* berdasarkan indikator dan alat ukur (Instrument)
Indikator dan instrumen yang dikembangkan oleh peneliti adalah *social capital* dan *intellectual capital* selain bersumber dari penelitian terdahulu dan teori yang menyesuaikan dengan karakteristik sampel penelitian yaitu pelaku usaha ultra mikro di bidang kuliner.