

**PENGARUH *SOCIAL CAPITAL*, *BUSINESS DIGITAL* TERHADAP
KEBERLANGSUNGAN USAHA MELALUI LITERASI
KEWIRAUSAHAAN UMKM MITRA BUMDES KABUPATEN
MOJOKERTO**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen**



Oleh:

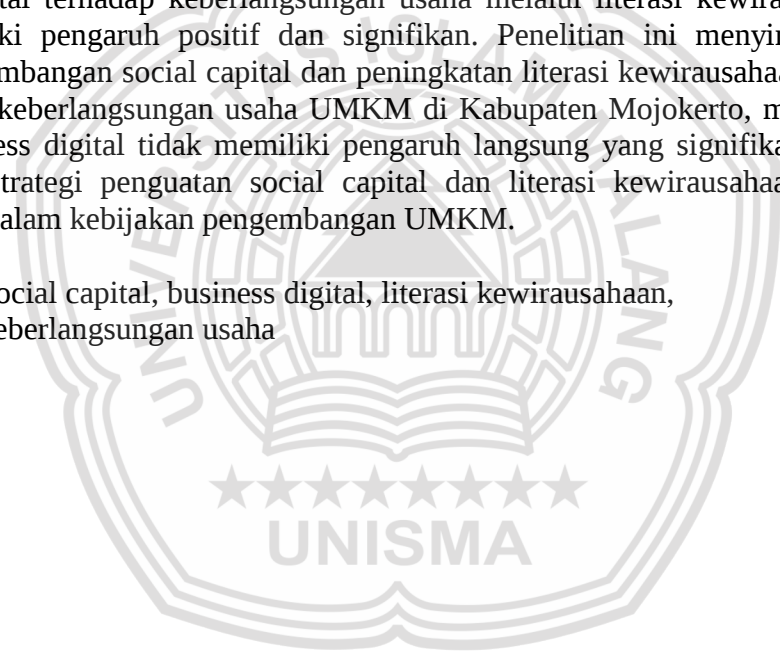
**Miftakhul Jannah
22202081003**

**MAGISTER MANAJEMEN
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh social capital dan business digital terhadap keberlangsungan usaha melalui literasi kewirausahaan pada UMKM mitra BUMDes di Kabupaten Mojokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini mencakup 65 UMKM yang menjadi sampel penelitian dengan metode sampel jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa business digital berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Namun, business digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi kewirausahaan UMKM. Literasi kewirausahaan sendiri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Social capital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM serta literasi kewirausahaan. Selain itu, terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan dari social capital terhadap keberlangsungan usaha melalui literasi kewirausahaan. Hal yang sama juga berlaku untuk pengaruh tidak langsung business digital terhadap keberlangsungan usaha melalui literasi kewirausahaan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan social capital dan peningkatan literasi kewirausahaan dapat memperkuat keberlangsungan usaha UMKM di Kabupaten Mojokerto, meskipun adopsi business digital tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan. Oleh karena itu, strategi penguatan social capital dan literasi kewirausahaan perlu diutamakan dalam kebijakan pengembangan UMKM.

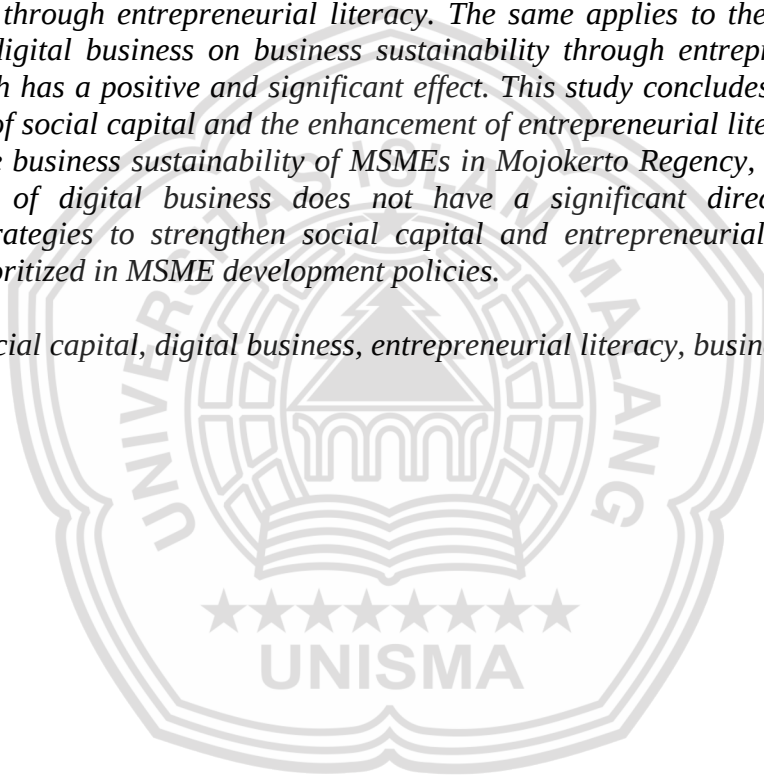
Kata kunci: social capital, business digital, literasi kewirausahaan, keberlangsungan usaha



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social capital and digital business on business sustainability through entrepreneurial literacy in MSMEs partnering with BUMDes in Mojokerto Regency. This research uses a quantitative approach with a descriptive research type. The study population includes 65 MSMEs, which were used as research samples with a saturated sample method. The results show that digital business has a negative but not significant effect on the business sustainability of MSMEs. However, digital business has a positive and significant impact on the entrepreneurial literacy of MSMEs. Entrepreneurial literacy itself has a positive and significant influence on the business sustainability of MSMEs. Social capital has a positive and significant effect on the business sustainability of MSMEs as well as on entrepreneurial literacy. Additionally, there is a significant indirect influence of social capital on business sustainability through entrepreneurial literacy. The same applies to the indirect influence of digital business on business sustainability through entrepreneurial literacy, which has a positive and significant effect. This study concludes that the development of social capital and the enhancement of entrepreneurial literacy can strengthen the business sustainability of MSMEs in Mojokerto Regency, although the adoption of digital business does not have a significant direct effect. Therefore, strategies to strengthen social capital and entrepreneurial literacy should be prioritized in MSME development policies.

Keywords: social capital, digital business, entrepreneurial literacy, business sustainability,



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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.

UMKM merupakan lini bisnis yang terus berkembang dari masa krisis ekonomi. Karena UMKM ini distribusinya ada di setiap daerah. pertumbuhan bisnis khususnya UMKM otomatis meningkatkan persaingan kompetitif para pelaku usaha (Aisyah, 2022). Bahkan (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 resourcess-based-view* (RBV) yang diutarakan Barney (2001) bahwa kemampuan mengungguli adalah terletak pada kemampuan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. (Chen et al., 2017) mengkonfirmasi bahwa sumber daya menjadi kunci dalam keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

Menurut Wernerfelt (2007) *A Resource-Based View of the Firm* (RBV) menekankan pentingnya strategi berbasis sumber daya dalam mencapai keunggulan kompetitif. serta mengusulkan bahwa

perusahaan harus fokus pada sumber daya internal mereka, seperti kekuatan dan kelemahan, serta melindungi sumber daya strategis melalui penghalang posisi sumber daya. Pertumbuhan perusahaan harus seimbang antara memanfaatkan sumber daya yang ada dan mengembangkan yang baru, sementara akuisisi dan merger dapat digunakan untuk memperoleh sumber daya tambahan yang saling melengkapi. Diversifikasi dan pengembangan teknologi juga penting dalam mempertahankan keunggulan kompetitif. Supriandi, (2022) merespon bahwa untuk bisnis masuk terlibat dalam revolusi industri 4.0. Jauh sebelum itu, strategi keunggulan kompetitif tradisional namun relevansi nya dipertanyakan dengan lingkungan dinamis dimasa kini, karena kontinuitas sudah dimulai. Pada 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 (Falahat et al., 2020) diinternasional 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. selanjutnya, ini didasari pada fakta ketidak bergantungan UMKM terhadap pinjaman yang berkaitan dengan mata uang asing. Revolusi industri 4.0 membuat UMKM terus diperhatikan (Alkhamery et al., 2021).

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. UMKM dan permasalahannya di ungkap (Lestari et al., 2021) meliputi modal terbatas, kualitas sumber daya manusia, ilmu pengetahuan, teknologi.

Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto tidak mengecewakan (Simatupang, 2021). Sebagai akibat tantangan ini, sebagian besar bisnis di sektor informal mengalami ketidakstabilan dan tidak bertahan lebih dari tiga tahun. Namun demikian, para pemilik usaha di sektor informal nampaknya belum mampu untuk menciptakan, memperluas dan mengeksplorasi kekayaan *Social Capital* yang mereka miliki untuk memastikan peningkatan kinerja dan pertumbuhan bisnis (Supriandi, 2022), meskipun penelitian menunjukkan besarnya *Social Capital* berakar pada jaringan pribadi pengusaha sangat penting untuk efisien kinerja usahanya (Lang et al., 2022).

Literatur sebelumnya memberikan pandangan bahwa *social capital* penunjang keberlanjutan UMKM di tengah persaingan mereka (Purwati et al., 2021). *Social Capital* bisa dimanfaatkan oleh bisnis membangun hubungan personal lintas sektor. memperjelas bahwa *Social Capital* dan wirausaha bisa memberikan fasilitas jaringan-

jaringan yang bisa memungkinkan peluang. (Fukuyama, 2022) *Social Capital* ditentukan fungsi. *Social Capital* dan bisnis merupakan pertemuan sosial yang berdampak pada fungsional bisnis dan saling memberikan kontribusi.

Studi empiris dilakukan oleh (Anshori, 2020; Yekty, 2021), mengidentifikasi *Social Capital* 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 menemukan *Social Capital* tidak berpengaruh untuk kinerja bisnis. Study EGBERI,2020 membantah karena *Social Capital* strukturnya justru berdampak untuk strategi pertumbuhan bisnis.

Social Capital adalah jumlah sumber daya aktual dan potensial yang tersedia melalui jaringan hubungan yang dimiliki individu atau unit sosial (Schlepphorst et al., 2020). Jika *Social Capital* 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.

Transformasi digital membuka peluang baru dan menuntut adaptasi dari semua sektor, termasuk UMKM. Adopsi teknologi digital dalam operasional bisnis UMKM dapat mempercepat efisiensi,

meningkatkan akses pasar, dan membuka peluang bisnis baru. Keterlibatan dalam ekosistem *Business Digital* dapat meningkatkan daya saing dan relevansi keberlangsungan usaha dalam pasar global yang semakin terhubung.

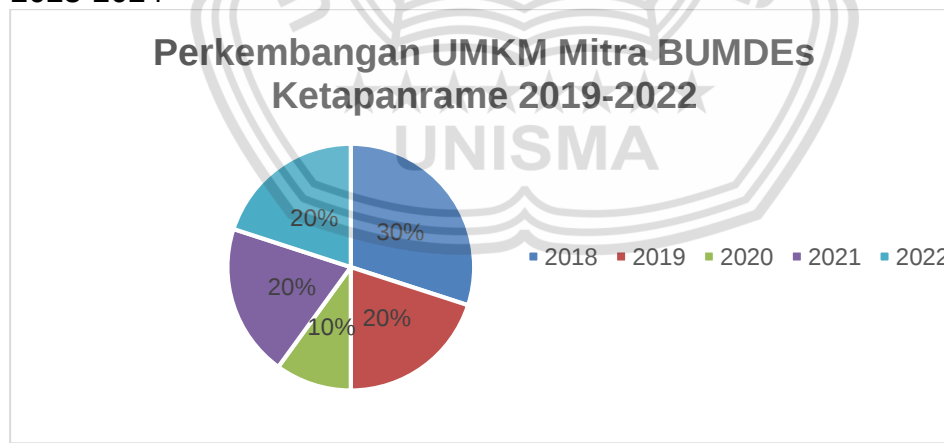
Digitalisasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang. Adopsi *platform low-code* memungkinkan pembuatan aplikasi bisnis dengan cepat dan biaya rendah. Migrasi ke teknologi cloud mengurangi biaya operasional dan meningkatkan aksesibilitas data. Kecerdasan buatan (*artificial intelegent*) dan pembelajaran mesin memberikan wawasan pelanggan dan mengotomatiskan tugas rutin, memungkinkan fokus pada strategi kreatif. Menurut Diniati et. al (2022) Otomatisasi proses bisnis meningkatkan produktivitas, sementara teknologi blockchain menyediakan manajemen transaksi dan data yang aman. Alat kolaborasi digital mendukung kerja jarak jauh, meningkatkan fleksibilitas dan responsivitas operasional. Tren ini memperkuat daya saing UMKM dan membantu mereka mengatasi tantangan pasar dengan lebih efektif

Di beberapa daerah terpencil keterbatasan akses internet masih menjadi kendala. Pemahaman dari pelaku UMKM terhadap teknologi, pemasaran online terbatas, proses produksi dan akses pasar daring yang masih dinilai belum cukup maksimal. Selanjutnya, konsumen masih merasa tak aman dalam melakukan transaksi digital (Yustika, 2022).

Literasi kewirausahaan adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan menjalankan bisnis dengan baik. Peningkatan literasi kewirausahaan di kalangan anggota UMKM sangat penting untuk memastikan pengelolaan yang efektif dan efisien, serta untuk mengidentifikasi peluang-peluang bisnis yang dapat memperkuat ekonomi daerah.

Mojokerto sebagai kajian kasus merupakan kabupaten yang memiliki potensi ekonomi, namun juga menghadapi tantangan pembangunan. Dengan memahami dan mengoptimalkan social capital, adopsi business digital, dan peningkatan literasi kewirausahaan pada UMKM di Kabupaten Mojokerto, diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Gambar 1.1 Perkembangan UMKM Mitra BUMDEs Ketapanrame 2023-2024



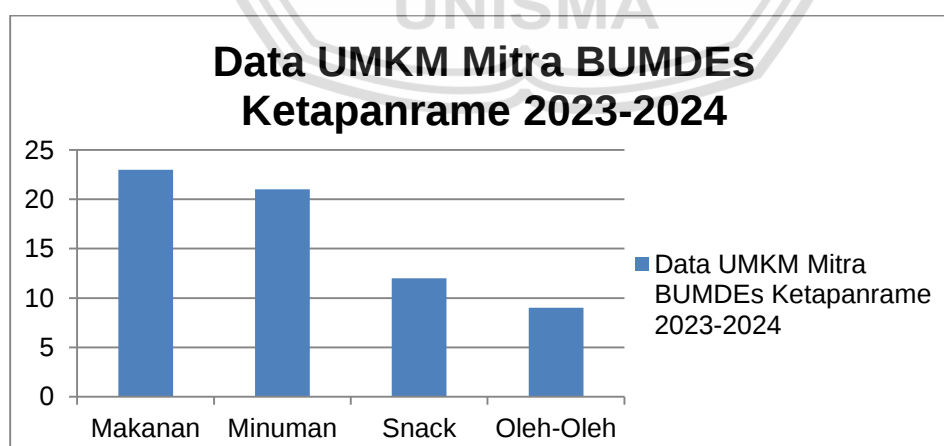
Sumber : BUMDEs Ketapanrame, 2024

Gmbar 1.1 grafik perkembangan UMKM Mitra BUMDes dari tahun 2018 hingga 2022 menunjukkan fluktuasi yang signifikan, khususnya dalam konteks pandemi COVID-19. Pada tahun 2018,

pertumbuhan mencapai 30%, menunjukkan bahwa program dan inisiatif pengembangan UMKM oleh BUMDes berjalan dengan baik. Namun, pertumbuhan menurun menjadi 20% pada 2019, akibat berbagai faktor ekonomi dan kebijakan yang mulai berubah. Tahun 2020 mencatat penurunan tajam hingga 10%, secara langsung terkait dengan dampak pandemi COVID-19. Pembatasan sosial, penurunan permintaan pasar, dan gangguan rantai pasokan sangat mempengaruhi kinerja UMKM.

Pada tahun 2021, ada indikasi pemulihan dengan pertumbuhan kembali mencapai 20%, disebabkan oleh adaptasi UMKM terhadap situasi baru sebagian beralih ke platform digital. Pemulihan ini berlanjut pada tahun 2022 dengan tingkat pertumbuhan tetap 20%, meskipun masih di bawah level sebelum pandemi. Adaptasi terhadap digitalisasi pasca pandemi inovasi model bisnis menjadi faktor kunci dalam pemulihan UMKM di ketanpare.

Gambar 1. 2 Data UMKM Mitra BUMDEs Ketapanrame 2023-2024



Sumber : BUMDEs ketapanrame, 2024

Berdasarkan pada gambar Grafik diatas, dapat dilihat bahwa UMKM Mitra BUMDEs Ketapanrame, Kabupaten Mojokerto menunjukkan pertumbuhan pasca pandemi, Pada tahun 2023-2024 berjumlah sebanyak 65 Pelaku UMKM, diantaranya Pelaku dibidang Makanan berjumlah 23 Pelaku UMKM, dibidang minuman berjumlah sebanyak 21 Pelaku UMKM, dibidang Snack sebanyak 12 Pelaku UMKM dan dibidang Oleh-oleh sebanyak 9 Pelaku UMKM.

Pengkajian ini akan melihat sejauh mana *social capital*, *business digital*, dan literasi kewirausahaan dapat saling mendukung dan memperkuat satu sama lain. Pemahaman mendalam tentang interaksi faktor-faktor ini dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif terkait cara UMKM dapat menjadi agen pertumbuhan yang berkelanjutan di Kabupaten Mojokerto.

Begitu juga dengan *Social Capital* dan Digitalisasi, sebelumnya Pardiman et al., (2021), menyatakan bahwa *Social Capital* dapat memengaruhi keberlanjutan bisnis. Begitu pula dengan digitalisasi bisnis juga dapat meningkatkan keberlangsungan usaha bagi pelaku UMKM. Namun kemudian, strategi pemasaran tidak memediasi semua variabel eksogen (modal social dan digitalisasi bisnis) terhadap keberlangsungan bisnis. beberapa variabel eksogen secara langsung dapat meningkatkan keberlangsungan usaha, terlepas dari strategi pemasaran UMKM. Oleh karena itu, keberadaannya sangat penting bagi kelangsungan UMKM. Dampak *Social Capital* didukung juga oleh Hadi et al., (2020), yang

menegaskan dalam penelitiannya bahwa, modal merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menjalankan roda usaha. Namun, tidak semua modal yang diperlukan berupa modal material. *Social Capital* merupakan modal yang sangat berpengaruh dalam dunia bisnis. Semakin luas *Social Capital* yang dimiliki maka akan meningkatkan kinerja usaha.

Peningkatan pertumbuhan daerah merupakan suatu hal yang sangat diinginkan oleh setiap pemerintah daerah guna mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Di era globalisasi dan transformasi digital seperti saat ini, faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan daerah menjadi semakin kompleks. Salah satu aspek yang sangat relevan untuk dikaji adalah keterkaitan antara social capital, business digital, dan literasi kewirausahaan pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) di Kabupaten Mojokerto.

Berdasarkan pada kajian latar belakang diatas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan landasan untuk pengembangan kebijakan yang efektif guna mendukung keberlangsungan UMKM dan secara keseluruhan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Mojokerto dengan judul penelitian **Pengaruh Social Capital, Business Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha Melalui Literasi Kewirausahaan Pada Kabupaten Mojokerto.**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah social capital berpengaruh terhadap literasi kewirausahaan di UMKM Kabupaten Mojokerto?

2. Bagaimanakah *Business Digital* berpengaruh terhadap literasi kewirausahaan di UMKM Kabupaten Mojokerto?
3. Bagaimanakah social capital berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha di UMKM Kabupaten Mojokerto?
4. Bagaimanakah *Business Digital* berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha di UMKM Kabupaten Mojokerto?
5. Bagaimanakah Literasi kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Kabupaten Mojokerto?
6. Bagaimanakah literasi kewirausahaan memediasi pengaruh Social capital terhadap Keberlangsungan Usaha di UMKM Kabupaten Mojokerto?
7. Bagaimanakah literasi kewirausahaan memediasi pengaruh *Business Digital* terhadap Keberlangsungan Usaha di UMKM Kabupaten Mojokerto?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh social capital terhadap literasi kewirausahaan di UMKM Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Business Digital* berpengaruh terhadap literasi kewirausahaan di UMKM Kabupaten Mojokerto.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh social capital berpengaruh terhadap pertumbuhan daerah di UMKM Kabupaten Mojokerto.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Business Digital* berpengaruh terhadap UMKM di BUMDes Kabupaten Mojokerto.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha di UMKM Kabupaten Mojokerto.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Social capital terhadap Keberlangsungan Usaha melalui literasi kewirausahaan di UMKM Kabupaten Mojokerto.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Business Digital* terhadap Keberlangsungan Usaha melalui literasi kewirausahaan di UMKM Kabupaten Mojokerto.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Bagi Akademisi :

1. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana social capital dapat berperan dalam konteks Keberlangsungan Usaha UMKM, memperkaya pemahaman tentang peran jaringan sosial dalam pembangunan ekonomi lokal.
2. Hasil penelitian ini dapat membantu memperluas pemahaman teoritis tentang bagaimana adopsi teknologi digital dapat meningkatkan daya saing dan Keberlangsungan Usaha di tingkat lokal melalui UMKM.
3. Kontribusi pada teori literasi kewirausahaan dengan merinci bagaimana literasi ini dapat berperan dalam konteks

Keberlangsungan Usaha, menyediakan landasan untuk pengembangan teori literasi kewirausahaan yang lebih kontekstual.

1.4.2. Bagi Praktisi :

1. Hasil penelitian dapat memberikan panduan bagi pemerintah daerah Mojokerto dalam merancang kebijakan yang mendukung Keberlangsungan Usaha, termasuk stimulasi social capital, fasilitasi adopsi teknologi digital, dan peningkatan literasi kewirausahaan.
2. Temuan penelitian dapat membantu Keberlangsungan Usaha untuk mengidentifikasi area-area di mana mereka dapat meningkatkan kapasitas anggota mereka, seperti memperkuat hubungan sosial, meningkatkan keberlanjutan digital, dan meningkatkan keterampilan kewirausahaan.
3. Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis untuk pengembangan model bisnis UMKM yang berkelanjutan dan adaptif, menggabungkan aspek-aspek social capital, digital, dan kewirausahaan.
4. Dengan pemahaman yang diperoleh dari penelitian ini, UMKM diharapkan dapat memperkuat posisi mereka dalam ekosistem global melalui integrasi digital dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pasar.

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan Penelitian:

- 1) *Business Digital* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM.
- 2) *Business Digital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Kewirausahaan UMKM.
- 3) Literasi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM.
- 4) *Social Capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM.
- 5) *Social Capital* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Kewirausahaan.
- 6) Pengaruh tidak langsung dari *Social Capital* terhadap Keberlangsungan Usaha melalui Literasi Kewirausahaan, memiliki berpengaruh positif dan signifikan.
- 7) Pengaruh tidak langsung dari *Business Digital* terhadap Keberlangsungan Usaha melalui Literasi Kewirausahaan memiliki berpengaruh positif dan signifikan.

6.2 Implikasi

Implikasi Penelitian:

- 1) Penggunaan Teknologi Digital dalam UMKM: Temuan bahwa *Business Digital* memiliki pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM Mitra BUMDes Ketapanrame di Kabupaten Mojokerto menunjukkan pentingnya adopsi teknologi digital dalam konteks UMKM. penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi dan penggunaan teknologi digital dalam UMKM tidak selalu terjamin keberhasilannya dalam keberlangsungan usaha, penting untuk mengakui bahwa keyakinan dan pengetahuan dalam aspek-aspek tertentu dari bisnis digital tidak selalu cukup untuk mendorong adopsi teknologi secara keseluruhan jika pelaku usaha tidak melihat relevansi atau manfaat bagi bisnis mereka
- 2) Pentingnya Literasi Kewirausahaan: Hasil yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari literasi kewirausahaan terhadap keberlangsungan usaha menekankan pentingnya pengembangan literasi kewirausahaan bagi pemilik UMKM Mitra BUMDes Ketapanrame di Kabupaten Mojokerto. Ini menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan dapat membantu UMKM bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif.

- 3) Peran *Social Capital*: Temuan bahwa *Social Capital* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha dan literasi kewirausahaan menyoroti pentingnya membangun dan memelihara hubungan sosial yang baik dalam komunitas UMKM Mitra BUMDes Ketapanrame di Kabupaten Mojokerto. Hal ini menekankan pentingnya jaringan sosial dalam memberikan dukungan, informasi, dan sumber daya bagi UMKM.
- 4) Integrasi Business Digital dan Literasi Kewirausahaan: Implikasi dari hasil yang menunjukkan pengaruh positif dari Business Digital terhadap Literasi Kewirausahaan menyoroti pentingnya mengintegrasikan teknologi digital dalam strategi pengembangan literasi kewirausahaan. Ini mengindikasikan bahwa UMKM Mitra BUMDes Ketapanrame di Kabupaten Mojokerto dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk meningkatkan literasi kewirausahaan dan kemampuan mereka dalam mengelola bisnis mereka secara efektif.
- 5) Pembangunan Ekosistem UMKM yang Mendukung: Implikasi dari penelitian ini menyoroti pentingnya pembangunan ekosistem UMKM Mitra BUMDes Ketapanrame di Kabupaten Mojokerto yang mendukung, yang mencakup dukungan dalam pengembangan literasi kewirausahaan, akses terhadap teknologi digital, dan pembangunan hubungan sosial yang kuat. Hal ini menekankan pentingnya peran pemerintah, lembaga

keuangan, dan organisasi non-pemerintah dalam memberikan dukungan kepada UMKM Mitra BUMDes Ketapanrame di Kabupaten Mojokerto untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha.

6.3 Keterbatasan

Keterbatasan Penelitian:

1) Keterbatasan Sampel dan Metode

Penelitian mungkin dibatasi oleh sampel yang terbatas dan metode pengumpulan data yang mungkin tidak sepenuhnya menggambarkan keragaman UMKM secara menyeluruh, serta keterbatasan dalam metode analisis data yang digunakan.

2) Keterbatasan Konseptualisasi Variabel dan Teori

Pengukuran variabel kompleks seperti literasi kewirausahaan atau social capital mungkin subjektif, sementara penelitian juga dapat dibatasi oleh pendekatan teori yang terbatas atau tidak memadai dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

3) Faktor Eksternal dan Bias

Terdapat potensi adanya faktor eksternal yang tidak terkontrol dan potensi bias dalam penelitian, yang dapat memengaruhi validitas, reliabilitas, dan generalisabilitas temuan penelitian.

6.4 Saran

Saran Penelitian:

1) Perluasan Sampel dan Metode:

Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel yang lebih representatif dari berbagai sektor UMKM dan menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam, seperti wawancara mendalam, observasi langsung, atau studi kasus, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik.

2) Pengembangan Konseptualisasi Variabel dan Teori

Penelitian masa depan dapat mencoba mengembangkan konsep dan pengukuran variabel yang lebih akurat dan komprehensif untuk literasi kewirausahaan dan social capital, serta mengintegrasikan kerangka teori yang lebih luas dan lebih terinci untuk menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti.

3) Kontrol Faktor Eksternal dan Pengurangan Bias

Penelitian selanjutnya dapat berusaha untuk mengendalikan faktor eksternal yang tidak terkontrol, seperti kondisi pasar lokal atau kebijakan pemerintah, dan mengurangi potensi bias dengan menggunakan desain penelitian yang lebih cermat, teknik analisis yang lebih maju, dan strategi peningkatan validitas internal dan eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- 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.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- 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., & 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*
- Ardayan, 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.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- 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. 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
- 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
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. doi:10.2307/249008
- Dhillon, G., & Kaur, H. (2012). Digital Business Transformation: A Conceptual Framework. *International Journal of Information Management*, 32(5), 403-410. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2012.03.002
- Diniati, A., Suryana, A., & Bajari, A. (2022). Pengalaman Buruh Anak tentang Perilaku Komunikasinya. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 322-345.
- 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.
- 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.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2009). How to Design and Evaluate Research in Education (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program malhotra. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi, Demaz Fauzi dan Zakiah, Kiki. (2021). Strategi *Digital Marketing* Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. Volume 16 Nomor 1
- Hadi, S., & Purwati, A. A. (2020). *Social Capital* dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(1), 255–262.
- Hadi, Syukri. Okalesa, Purwati, Astri Ayu. Marlas, Fransiska dan Hidayat, Saputra. (2020). *SOCIAL CAPITAL DAN INOVASI TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM*. Volume 4 Nomor 1
- Harisno, A., & Pujadi, A. (2009). Implementasi Strategi E-Business Pada Perusahaan Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 33-39.
- Hartana. (2022). PENGEMBANGAN UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI TEKNOLOGI. Volume 3, Nomor 2
- Ismail, I., & AlBahri, F. P. (2019). Perancangan E-Kuisi online menggunakan CodeIgniter dan React-Js sebagai Tools Pendukung Penelitian. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 3(2), 337–347. <https://doi.org/10.30645/j-sakti.v3i2.152>
- Kartika, Ayu. Wahyuningrum, Sri Rizqi. (2022). Pendampingan promosi online untuk meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di Wisata Api Tak Kunjung Padam Pamekasan. Vol. 4, No. 1
- 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
- Kuntowicaksono. (2012). Pengaruh Pengetahuan Wirausaha Dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *The Journal of Economic Education* Vol.1 Issue.1, ISSN: 2152-4068

- Lestari, D. A., Savitri, E., & Natariasari, R. (2021). KINERJA UMKM DITINJAU DARI BUDAYA ORGANISASI, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN KUALITAS TOTAL, DAN SOCIAL CAPITAL. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 2(2), 217–238.
- Lubis, Tona Aurora dan Junaidi. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. Volume 3 Nomor 3
- Malhotra, Naresh K. 2017. Marketing Research An Applied Orientation. Prestice Hall, United Stade Of America.
- 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.
- Margono, S. (2004). Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.
- O'Brien, J. A. (2003). *Introduction to e-Business: Management and Strategy*. Prentice Hall.
- OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023, OECD iLibrary. Retrieved from OECD iLibrary
- Pardiman. Susyanti. Heriyawati, Dwi Fita. Zakaria, Zuhkhriyan, dan Masyhur. (2022). Dampak modal finansial, *Social Capital*, dan digitalisasi bisnis terhadap keberlangsungan usaha UKM di Indonesia. Vol. 15 No.1
- 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. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Simon & Schuster.
- Qalati, S. A., et al. (2021). The Role of Digital Technologies in Fostering Entrepreneurship: A Case of Developing Countries. *Sustainability*, 13(13), 7264. doi:10.3390/su13137264
- 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.

- Ratten, V., & Dana, L. P. (2020). The Impact of Social Capital on Small and Medium-Sized Enterprises: A Review and Research Agenda. *Journal of Small Business Management*, 58(1), 92–112. doi:10.1111/jsbm.12498
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Rua, O., França, A., & Ortiz, R. F. (2018). Key drivers of SMEs export performance: the mediating effect of competitive advantage. *Journal of Knowledge Management*.
- 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.
- Sari, Inayati Widya. Susyanti. Salim, M. Agus. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Pelaku Umkm Fashion Di Kota Batu
- 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*.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226. doi:10.5465/amr.2000.2791611
- Silaen, Sofar. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: In Media.
- 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.
- 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

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Peneltian*. Bandung: CV. Alfabeta, 2009

Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

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.

Sulchan, Moch. (2021). Peran Digitalisasi Bisnis Terhadap Pemulihan Ekonomi Dalam Meminimalisir Pengangguran Di Indonesia. Volume 6 nomor 1

Supriandi, S. (2022). *PENGARUH SOCIAL CAPITAL, KAPABILITAS FINANSIAL, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP DAYA SAING BISNIS BERKELANJUTAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA UMKM INDUSTRI KULINER DI KOTA SUKABUMI*. Nusa Putra.

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.

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.

Widiastuti, Ekaningtyas. (2019). Peningkatan Pengetahuan, Ketrampilan Dan Kemampuan Sumber Daya Manusia Sebagai Strategi Keberlangsungan Usaha Pada Umkm Batik Di Kabupaten Banyumas. Volume 21 Nomor 01

- 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.
- 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
://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 *Social Capital* Terhadap Kinerja Keuangan serta Non-Keuangan Melalui Manajemen Rantai Pasokan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 16(1), 52–73.
- Yustika, Siska. Kasidi, David. (2022). Dampak Sosial Ekonomi UMKM Kota Malang di tengah Masa Pandemi. Dampak Sosial Ekonomi UMKM Kota Malang di tengah Masa Pandemi. Vol. 1, No. 1.
- Wernerfelt, Birger (2007) "A Resource-Based View of the Firm" *Strategic Management Journal*, Vol. 5, No. 2. (Apr. - Jun., 1984), pp. 171-180