

Ahmad Yani, S.E., M.M.
Prof . Dr. M. Japar, M.Si.
Prof. Dr. Corry Yohana, M.M.

MODAL INOVASI DAN KREATIVITAS STRATEGI MENINGKATKAN KINERJA USAHA ULTRA MIKRO



**MODAL INOVASI DAN KREATIVITAS
STRATEGI MENINGKATKAN KINERJA
USAHA ULTRA MIKRO**

Penulis:

Ahmad Yani, S.E., M.M.

Prof. Dr. M. Japar, M.Si.

Prof. Dr. Corry Yohana, M.M.



LUMINARY PRESS

CV. LUMINARY PRESS INDONESIA

**MODAL INOVASI DAN KREATIVITAS STRATEGI MENINGKATKAN
KINERJA USAHA ULTRA MIKRO**

Penulis :

Ahmad Yani, S.E., M.M.

Prof. Dr. M. Japar, M.Si.

Prof. Dr. Corry Yohana, M.M.

ISBN : 978-634-7476-57-9

Editor : Weni Yuliani, S.Si., M.M., C. Ed.

Penyunting : Febiola Tiara, S.Pd.

Desain Sampul dan Tata Letak : Septia Fakhira Risti, S.Ds.

Penerbit : CV LUMINARY PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 057/SBA/2024

Redaksi :

Perum. Pasadena Residence Blok J no.10, Sungai Lareh, Lubuk Minturun,
Padang, Sumatera Barat

Website : www.luminarypress.id

Email : luminarypressindonesia@gmail.com

Cetakan pertama, Desember 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang Dilarang memperbanyak karya tulis ini
dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya sehingga buku ini dapat disusun. Buku ini menjelaskan peran modal, inovasi, dan kreativitas dalam mendorong kinerja Usaha Ultra Mikro, serta menguraikan dasar-dasar pemikiran strategis dan pendekatan sistematis dalam pengelolaan usaha. Penulis berharap materi yang disajikan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca yang tertarik pada pengembangan usaha kecil dan menengah.

Pembahasan mencakup karakteristik pelaku usaha, pengelolaan modal, penerapan inovasi, dan strategi pengembangan usaha. Dengan pemahaman konsep dan praktik yang disajikan, diharapkan pelaku Usaha Ultra Mikro dapat memperkuat daya saing dan memanfaatkan peluang pertumbuhan di tengah dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah.

Jakarta, Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
BAB 2 MODAL, INOVASI, DAN PENINGKATAN KINERJA USAHA ULTRA MIKRO.....	21
A. Dasar-dasar Pemikiran dan Konsep Strategis	21
B. Modal, Inovasi, dan Kinerja Usaha Ultra Mikro.....	59
BAB 3 MODAL, KREATIVITAS, DAN KARAKTERISTIK PELAKU USAHA ULTRA MIKRO	67
A. Karakteristik Pelaku Usaha Ultra Mikro	67
B. Modal dan Inovasi Usaha Ultra Mikro	94
C. Pendekatan Sistematis dalam Pengelolaan Aspek Usaha Ultra Mikro	103
BAB 4 MODEL, SINERGI, DAN PENINGKATAN KINERJA USAHA ULTRA MIKRO.....	109
A. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	109

B. Sinergi Modal dan Inovasi dalam Kinerja Usaha Ultra Mikro.....	111
C. Korelasi Modal, Inovasi, dan Kinerja Usaha Ultra Mikro.....	117
BAB 5 PENUTUP.....	147
DAFTAR PUSTAKA	152
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh Proporsi UMKM di Beberapa Negara..... 2

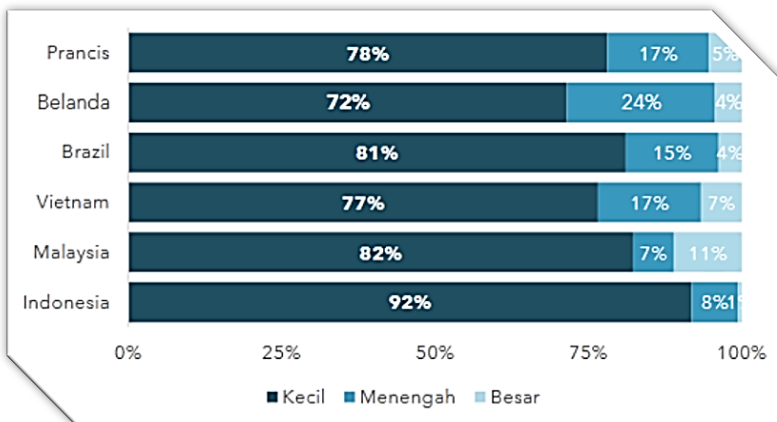
BAB 1

PENDAHULUAN

Para pelaku usaha berskala sangat kecil yang termasuk dalam kategori ultra mikro umumnya bergerak pada kegiatan ekonomi berbasis masyarakat dan memiliki daya serap tenaga kerja yang cukup besar dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto. Pada saat yang sama, UMKM dikenal memiliki ketangguhan menghadapi berbagai tekanan ekonomi serta perubahan situasi yang tidak menentu (Bank Indonesia, 2020). Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah terbukti mampu melalui berbagai bentuk tantangan karena operasionalnya tidak terlalu terikat pada isu global maupun kondisi ekonomi makro. Hal ini tampak dari keberlangsungan UMKM pada krisis moneter tahun 1998, ketika sektor tersebut tetap berjalan dan menopang kegiatan ekonomi masyarakat (Saefullah, 2022).

Secara umum, perkembangan UMKM di tingkat internasional menunjukkan arah kemajuan yang cukup kuat meskipun diiringi berbagai hambatan. UMKM kini tidak

sekadar dipahami sebagai kegiatan usaha tradisional yang bergerak di ruang lokal, melainkan telah berperan sebagai pelaku ekonomi yang mampu berkompetisi secara lebih luas melalui pemanfaatan inovasi, proses digitalisasi, serta keterhubungan dengan pasar luar negeri. Pada masa mendatang, keberlanjutan UMKM di berbagai negara sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, perubahan kebijakan, dan pergeseran preferensi konsumen yang semakin menekankan pentingnya aspek keberlanjutan. Perkembangan UMKM di beberapa negara ditunjukkan dalam gambar berikut ini.



Gambar 1.1 Contoh Proporsi UMKM di Beberapa Negara

(Sumber: The SMERU Research Institute 2023)

Berdasarkan gambar tersebut memperlihatkan pelaku *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* di Indonesia sebagian besar berada pada kategori usaha kecil yang mencapai sekitar sembilan dari setiap sepuluh pelaku usaha. Sementara itu, kelompok usaha menengah jumlahnya jauh lebih sedikit, yakni berada pada kisaran satu dari sepuluh pelaku. Keadaan ini menunjukkan bahwa keberadaan usaha mikro memiliki peluang yang luas untuk berkembang, terutama bagi pelaku ultra mikro yang menempati posisi paling dasar dalam struktur usaha mikro. Apabila kelompok ini mampu mengoptimalkan sumber daya yang tersedia di lingkungannya, mereka berpeluang meningkatkan kapasitas usaha hingga mencapai tingkat yang lebih maju.

Beragam fasilitas pembiayaan yang ditujukan bagi pelaku usaha berskala sangat kecil memberikan ruang yang lebih luas untuk berkembang. Dukungan ini menunjukkan adanya perhatian besar terhadap pelaku usaha yang masih berada pada tahap awal dan memerlukan bantuan permodalan agar dapat menjalankan aktivitasnya dengan lebih stabil. Perkembangan usaha berskala kecil di berbagai daerah juga menunjukkan dinamika yang beragam, sejalan dengan perbedaan kondisi dan karakteristik wilayah. Pada beberapa tempat, pelaku usaha menghadapi tantangan yang cukup

berat, mulai dari penurunan daya beli sampai perubahan pola konsumsi masyarakat yang membuat kegiatan usaha berjalan tidak optimal.

Di sejumlah wilayah, upaya pemulihan mulai menunjukkan pergerakan yang lebih baik seiring dengan meningkatnya aktivitas ekonomi. Namun, masih terdapat berbagai hambatan yang kerap ditemui pelaku UMKM, seperti keterbatasan akses pemasaran, kapasitas produksi yang belum optimal, hingga kemampuan pengelolaan usaha yang perlu diperkuat. Berbagai pandangan juga menegaskan bahwa pelaku usaha kecil masih menghadapi beberapa persoalan utama yang memerlukan perhatian bersama, sehingga diperlukan dukungan berkelanjutan agar mereka dapat meningkatkan daya saing dan menjaga keberlangsungan usahanya.

1. Masalah Permodalan

Pemerintah telah menyediakan dukungan modal melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang disalurkan lewat lembaga perbankan. Namun, sebagian besar pelaku UMKM belum memenuhi persyaratan kelayakan perbankan sehingga akses terhadap pembiayaan tersebut masih terbatas.

2. Masalah Pemasaran

Pemanfaatan media digital sebenarnya membuka ruang yang luas bagi promosi dan penjualan, tetapi banyak pelaku UMKM belum sepenuhnya terbiasa dengan penggunaan *digital marketing* sehingga peluang pemasaran berbasis teknologi belum dimanfaatkan secara optimal.

3. Masalah Inovasi Produk

Sebagian pelaku UMKM masih memproduksi barang yang belum memperhatikan mutu secara menyeluruh, baik dari sisi cita rasa maupun dari sisi kemasan yang seharusnya mampu menarik minat konsumen dan meningkatkan nilai jual.

4. Masalah *Networking* (Jaringan)

Hubungan jaringan dalam dunia usaha memiliki peranan yang sebanding dengan modal. Dukungan jaringan membutuhkan wadah yang memungkinkan pertukaran informasi, pembukaan peluang, serta kerja sama antarpelaku UMKM sehingga mereka dapat saling memperkuat satu sama lain.

Pelaku usaha berskala sangat kecil merupakan kelompok yang jumlahnya cukup besar di berbagai daerah dan menempati posisi dasar dalam struktur kegiatan usaha. Keberadaan mereka berkontribusi pada pergerakan ekonomi

masyarakat, terutama ketika didukung dengan akses permodalan yang lebih terbuka, peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital, dorongan untuk berinovasi, serta kesempatan untuk memperluas jejaring usaha. Dukungan yang terarah pada aspek-aspek tersebut dapat membantu kelompok ini mengembangkan usahanya secara lebih berkelanjutan dan berperan lebih kuat dalam aktivitas ekonomi setempat.

Beragam jenis kegiatan usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM di berbagai daerah menunjukkan bahwa bidang yang digeluti masyarakat sangat beragam, mulai dari aksesoris, batik, bordir, *craft*, fesyen, konveksi, kuliner, makanan, minuman, hingga berbagai layanan jasa lainnya. Setiap kategori memiliki jumlah pelaku usaha yang cukup besar, terutama pada bidang yang berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari, seperti kuliner dan produk pangan, yang cenderung lebih banyak dijalankan masyarakat. Sementara itu, bidang lain seperti *craft*, fesyen, dan jasa juga memperlihatkan kontribusi yang tidak kecil dalam aktivitas ekonomi lokal. Keragaman ini menggambarkan bahwa UMKM memiliki peranan luas dan mencakup berbagai sektor yang berkembang sesuai kebutuhan masyarakat setempat.

Bidang usaha berbasis kuliner masih menjadi pilihan banyak pelaku usaha karena berhubungan dengan kebutuhan masyarakat yang terus berlangsung dari waktu ke waktu. Ketertarikan pada bidang ini muncul bukan hanya karena permintaannya yang stabil, tetapi juga karena peluang kreativitas yang cukup luas. Meski demikian, jumlah pelaku yang besar membuat persaingan menjadi semakin ketat. Setiap pelaku usaha perlu terus menghadirkan gagasan segar agar usahanya tetap diminati, sebab tanpa pembaruan usaha dapat berjalan lambat, sedangkan inovasi yang dilakukan secara konsisten mampu membuka peluang baru bagi konsumen dan meningkatkan kinerja usaha (Schumpeter, 2017).

Berbagai upaya telah dilakukan untuk memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM, termasuk dukungan akses permodalan. Langkah tersebut membantu membuka kesempatan untuk tumbuh, meskipun masih diperlukan peningkatan dalam berbagai aspek. Pelaku usaha membutuhkan lingkungan yang memudahkan proses usaha, dukungan fasilitas, kesempatan memperluas pasar, serta kemampuan mengelola kegiatan usaha dengan lebih terarah agar perkembangannya dapat berjalan lebih baik (Bank Indonesia, 2022). Dalam berbagai daerah pun terlihat adanya

dinamika capaian usaha yang beragam, sehingga kondisi lapangan memberikan gambaran mengenai tantangan yang masih perlu dihadapi.

Perkembangan UMKM di wilayah perkotaan dan perdesaan Bekasi menunjukkan bahwa kegiatan usaha dalam beberapa tahun terakhir menghadapi tekanan yang cukup besar. Informasi yang tersedia memperlihatkan bahwa pergerakan kinerja UMKM cenderung menurun sejak awal masa gangguan ekonomi, dengan penurunan yang tampak lebih terasa pada wilayah perkotaan dibandingkan dengan wilayah perdesaan. Ilustrasi yang disajikan dalam data resmi menggambarkan bahwa penurunan ini berlangsung secara bertahap, namun konsisten, sehingga memperlihatkan bahwa pelaku usaha skala mikro sedang berupaya keras menjaga kegiatan usahanya agar tetap berjalan stabil.

Sektor kuliner menjadi salah satu bidang yang mengalami dampak cukup kuat. Pelaku usaha di area perkotaan menghadapi penurunan aktivitas usaha yang cukup besar dibandingkan kondisi normal, sementara wilayah perdesaan juga mengalami situasi serupa meski dalam skala yang lebih ringan. Gambaran tersebut mencerminkan bahwa daya beli masyarakat belum sepenuhnya pulih, sehingga aliran

pendapatan bagi pelaku kuliner menurun secara signifikan. Meski demikian, beberapa unsur yang melekat pada UMKM dapat membantu mereka tetap bertahan, terutama unsur yang berkaitan dengan hubungan antarindividu di lingkungan masyarakat. Unsur ini mencakup jaringan kerja, kepercayaan, serta nilai bersama yang dapat memperkuat ketahanan usaha ketika kondisi ekonomi sedang melemah (Liu et al., 2022; Weqar et al., 2025; Xu & Zhang, 2021).

Dalam situasi penurunan permintaan, hubungan yang baik dengan pelanggan menjadi salah satu faktor yang mampu menjaga sebagian pendapatan tetap mengalir. Kesetiaan konsumen membantu pelaku usaha mempertahankan aktivitas usaha meskipun kondisi pasar tidak stabil (Jian Xu et al., 2022). Di samping itu, keberadaan komunitas usaha yang solid juga memberikan dukungan tambahan, karena jejaring ini membuka ruang untuk saling berbagi informasi, mengembangkan inisiatif bersama, serta mengakses peluang yang dapat memperkuat keberlanjutan usaha (Shehzad et al., 2022). Beberapa kelompok usaha ultra mikro bahkan menunjukkan ketahanan yang cukup kuat karena memiliki jaringan sosial yang terbangun dengan baik (Jannah et al., 2023).

Selain kekuatan hubungan sosial, kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan pengetahuan dan keahlian menjadi faktor yang tidak kalah penting. Dalam perkembangan ekonomi yang semakin mengarah ke ranah digital, pemahaman terhadap teknologi dan strategi pemasaran modern membantu pelaku UMKM beralih dari pola konvensional menuju pemanfaatan *e-commerce*, *marketplace*, dan layanan pesan antar berbasis aplikasi (Syayu Zhukhruffa, 2023). Saat penjualan langsung mengalami penurunan, pelaku usaha yang cepat menyesuaikan diri dengan kanal digital mampu menjangkau konsumen baru dan memperkecil dampak penurunan omzet (Rosyidiana & Narsa, 2024). Pemanfaatan kemampuan tersebut bahkan membuka peluang pertumbuhan baru, sebagaimana ditegaskan oleh Yilmaz (2023) bahwa pengetahuan dan keterampilan dapat menjadi pintu masuk bagi UMKM untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan potensi usahanya (Khalique et al., 2020).

Selain hubungan sosial dan pemanfaatan kemampuan, inovasi menjadi penggerak utama dalam memperkuat keberlanjutan UMKM. Inovasi sering dipahami sebagai hasil perpaduan antara kekuatan jaringan sosial dan kemampuan intelektual pelaku usaha, yang kemudian menghasilkan pembaruan dalam bentuk produk, layanan, maupun strategi

pemasaran (Albats et al., 2023; Zhou et al., 2023). Tanpa inovasi, jaringan sosial hanya menjadi hubungan pasif dan kemampuan intelektual tidak berkembang menjadi kekuatan nyata. Dengan sentuhan inovasi, pelaku usaha dapat meningkatkan daya tarik usahanya dan memperluas peluang keberhasilan di tengah perubahan kondisi ekonomi (Kadiyono & Susanto, 2025; Susanto, 2025; Olazo, 2023; Hutahayan, 2021). Secara keseluruhan, beragam unsur tersebut menunjukkan bahwa ketahanan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam memanfaatkan hubungan sosial, keterampilan, dan inovasi sebagai kekuatan utama untuk menjaga stabilitas usaha.

Kemampuan mengelola usaha memiliki peranan penting dalam menentukan keberlanjutan UMKM. Unsur yang berkaitan dengan pengaturan keuangan, penataan kegiatan usaha, pengelolaan tenaga kerja, hingga pemanfaatan informasi untuk pengambilan keputusan memberikan pengaruh besar terhadap ketahanan usaha kecil (Hasan & Alam, 2025; Hao, 2024; Haque & Puwanenthiren, 2025). Pelaku UMKM yang memahami langkah-langkah pengelolaan dapat menata anggaran dengan lebih bijak, memilih strategi pemasaran yang sesuai perkembangan digital, dan menjaga mutu produk meski menghadapi kenaikan biaya. Sebaliknya,

kurangnya kemampuan mengatur usaha membuat sebagian pelaku tidak mampu memaksimalkan sumber daya, sehingga kesulitan bertahan ketika kondisi ekonomi berubah cepat (Pasko, 2024; Rasoulkhan, 2024; Sewpersadh, 2025).

Pembahasan mengenai keterkaitan antara *social capital* dan kinerja UMKM juga telah mendapatkan perhatian luas. Beragam pandangan muncul, seperti yang terlihat pada 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), serta Rustiarini (2022). Sebagian menyatakan bahwa unsur sosial dapat memperkuat kinerja (Aisjah, 2024; Ojokuku, R. M., Olomu & David, 2024; Ibeku, 2024; Muna et al., 2024; Welhelmina et al., 2024), sedangkan sebagian lainnya menyampaikan hasil berbeda (Ozgun et al., 2022; Ahmed & Guozhu, 2020; Kanini et al., 2022). Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara unsur sosial dan kinerja tidak selalu berjalan pada pola yang sama.

Demikian pula, bahasan mengenai *intellectual capital* dan kinerja UMKM telah banyak dibahas oleh Aljuboori et al. (2022), Sohu et al. (2024), Ali & Castro (2025), Prasad & Mondal (2025), Shahbaz & Ahmad (2024), serta Zahid et al.

(2024). Secara umum, mereka menekankan bahwa kemampuan intelektual, seperti pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan teknis, dapat memperkuat daya saing serta memberikan pelajaran berharga bagi pertumbuhan usaha di tengah perubahan ekonomi.

Ketidaksamaan pandangan yang berkembang menimbulkan ruang diskusi baru mengenai apakah unsur sosial benar-benar memberikan dampak langsung pada kinerja atau justru bekerja melalui unsur pembaruan tertentu. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana hubungan tersebut berlangsung dan faktor-faktor apa yang membuatnya berbeda pada setiap kelompok UMKM. Dalam kerangka pemikiran *Resource-Based Theory* (RBT), suatu usaha dapat mencapai keunggulan berkelanjutan apabila mampu mengelola sumber daya internal dengan baik (Barney, 1991). Berdasarkan pendekatan ini, unsur sosial dipandang sebagai bagian dari kebiasaan sehari-hari yang tercermin dalam jaringan relasi, kepercayaan, dan nilai bersama. Semua unsur tersebut berfungsi membuka aliran informasi dan peluang baru. Akan tetapi, unsur tersebut tidak serta-merta membawa dampak nyata sebelum diolah menjadi tindakan yang lebih terarah.

Pada titik inilah inovasi diberikan posisi sebagai penghubung. Pembaruan yang dilakukan pelaku UMKM menjadi sarana untuk mengubah kekuatan sosial yang bersifat laten menjadi kemampuan nyata yang mendukung peningkatan kinerja. Perspektif ini membantu menunjukkan bahwa hubungan langsung antara unsur sosial dan kinerja tidak selalu tampak kuat: karena peran utamanya berada pada proses pembaruan yang muncul di tengah perkembangan usaha.

Inovasi ditempatkan sebagai unsur yang memungkinkan pelaku usaha untuk menghasilkan keunggulan yang tidak mudah ditiru. Dengan adanya inovasi, modal sosial, pengetahuan, serta keterampilan dapat diolah menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pembaruan tersebut membantu pelaku UMKM mengembangkan ide, menata ulang proses produksi, serta menghadirkan penyesuaian yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Barney, 1991). Unsur sosial menyediakan jalur masuk informasi dan peluang, sementara *intellectual capital* memberikan kemampuan untuk mengolahnya menjadi langkah konkret. Tanpa inovasi, kekuatan tersebut hanya berada pada tataran potensi. Ozgun (2022), Rehman (2021), dan Rustiarini (2022) menunjukkan bahwa pembaruan berperan memperkuat

hubungan antara unsur sosial, kemampuan intelektual, dan kinerja. Perkembangan terbaru di berbagai wilayah sepanjang tahun 2024–2025 juga memperlihatkan bahwa pembaruan produk maupun proses menjadi unsur penghubung yang sangat menentukan. Penekanan pada inovasi sebagai bagian yang menghubungkan sumber daya sosial dan intelektual memiliki dasar teoretis yang kuat sekaligus relevansi praktis bagi keberlanjutan UMKM.

Mengacu pada pandangan yang telah berkembang sebelumnya, pemahaman mengenai keberhasilan UMKM semakin menegaskan bahwa kekuatan utama sebenarnya berada pada para pelakunya. Meskipun tidak selalu memenuhi persyaratan perbankan, para pelaku UMKM tetap memiliki kemampuan membangun relasi, menjaga kepercayaan, serta memanfaatkan jaringan yang terbentuk melalui komunitas usaha. Unsur tersebut menjadi bagian penting dari *social capital* yang berfungsi sebagai sumber daya strategis. Jaringan yang kuat memberikan ruang pertukaran informasi, memperluas kesempatan memperoleh gagasan baru, dan mempercepat proses adopsi ide yang bermanfaat bagi pengembangan usaha. Berbagai pandangan yang berkembang sebelumnya menunjukkan bahwa *social capital* memegang

peranan penting dalam mendorong lahirnya inovasi (Ozgun, 2022; Rehman, 2021; Rustiarini, 2022).

Sisi lain, organisasi yang mampu mengelola pengetahuan bersama serta keterampilan yang dimiliki secara kolektif akan lebih mudah membangun produk maupun proses usaha yang berkualitas. Dalam konteks ini, *intellectual capital* yang mencakup pengetahuan, pengalaman, serta kemampuan teknis berfungsi sebagai unsur yang memperkuat daya pembaruan. Ketiga unsur tersebut menjadi modal penting karena dapat mendukung proses penciptaan nilai baru. Pandangan yang berkembang sebelumnya menunjukkan bahwa *intellectual capital* memberikan kontribusi nyata terhadap munculnya inovasi (Beltramino, 2021; Rideg, 2023; Aljuboori, 2022).

Inovasi tidak sebatas perubahan bentuk produk, tetapi meliputi pembaruan strategi, penyesuaian model bisnis, serta pemanfaatan teknologi yang lebih tepat guna. Pembaruan dalam beragam aspek tersebut memberikan peningkatan daya saing serta memperluas peluang usaha. Inovasi berperan sebagai pendorong utama yang memperkuat kapasitas UMKM untuk berkembang (Hama & Cavusoglu, 2023; Aljuboori, 2022; Rustiarini, 2022; Vijayakumar & Chandrasekar, 2022; Faturachman, 2023; Beltramino et al., 2021).

Dalam hubungan yang lebih luas, inovasi berfungsi sebagai penghubung antara *social capital* dan kinerja UMKM (Kanini, 2022; Aljuboori et al., 2022; Khalique, 2022; Saleh & Koliby, 2024). Jaringan sosial yang kuat tidak serta-merta menghasilkan kinerja yang lebih baik tanpa adanya proses pembaruan yang mengubah potensi tersebut menjadi langkah nyata. Hal serupa juga tampak pada *intellectual capital*, di mana pengetahuan baru serta keterampilan yang dimiliki akan memberikan hasil yang optimal ketika diimplementasikan melalui inovasi (Rustiarini, 2022). Dengan kata lain, inovasi bertindak sebagai proses yang memampukan berbagai sumber daya internal agar benar-benar memberikan dampak pada capaian usaha.

Pebisnis yang memiliki kemampuan manajerial baik pada umumnya mampu menyatukan unsur *social capital*, *intellectual capital*, dan inovasi ke dalam strategi usaha yang terarah. Kemampuan mengelola usaha secara komprehensif menjadikan pelaku UMKM lebih siap menghadapi dinamika pasar dan menata langkah yang berorientasi pada perbaikan berkelanjutan. Kapasitas manajerial juga memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM (Ting, 2021; Ratnawati, 2021; Aora, 2022; Agustia, 2022). Pada dasarnya, kemampuan manajerial diharapkan mampu

memperkuat pengaruh *social capital* ketika pelaku UMKM berupaya meningkatkan kinerja usaha.

Beberapa alasan *manajerial ability* dipahami sebagai unsur yang memperkuat berbagai faktor dalam usaha dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, kemampuan seseorang dalam mengatur usaha sangat menentukan bagaimana hubungan, kepercayaan, dan jaringan yang dimiliki dapat diubah menjadi peluang yang berguna. Jaringan yang luas tidak otomatis memberikan manfaat bila tidak ada kemampuan mengelola dan memanfaatkannya. Ketika pelaku usaha memiliki pemahaman yang baik dalam mengatur kegiatan usahanya, peluang yang muncul dari hubungan sosial akan lebih mudah memberikan hasil yang positif.

Kedua, pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang dimiliki pelaku UMKM baru memberikan dampak ketika diarahkan melalui keputusan yang tepat. Mereka yang mampu menyatukan unsur *intellectual capital* dalam keseharian usaha biasanya lebih mudah menemukan cara kerja yang efisien dan strategi yang lebih matang. Penguasaan informasi, kemampuan memahami situasi, dan kecakapan menyusun langkah menjadi bagian penting yang membuat usaha dapat bergerak lebih efektif.

Ketiga, kemampuan manajerial juga berpengaruh pada cara inovasi diterapkan. Setiap pembaruan, baik berupa produk, layanan, maupun cara kerja, memerlukan pengaturan yang tertata agar benar-benar berguna. *Manajerial ability* memastikan gagasan baru tidak hanya berhenti sebagai ide, tetapi dijalankan dengan langkah yang jelas, terarah, dan memberi hasil bagi perkembangan usaha.

Perubahan dalam kinerja UMKM tidak berdiri sendiri. Ada sejumlah unsur yang saling berkaitan, seperti modal sosial, modal intelektual, inovasi, dan kemampuan manajerial. Inovasi berada di tengah sebagai penghubung yang membuat seluruh potensi tersebut bekerja dengan lebih baik. Melalui inovasi, kekuatan hubungan sosial, pengetahuan, dan pengalaman dapat diolah menjadi langkah konkret yang mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

BAB 2

MODAL, INOVASI, DAN PENINGKATAN KINERJA USAHA ULTRA MIKRO

A. Dasar-dasar Pemikiran dan Konsep Strategis

1. *Resource-Based Theory (Grand Theory)*

Resource-Based Theory pertama kali diperkenalkan oleh Moore dan Penrose (1960). Gagasan utamanya berkaitan dengan bagaimana sebuah organisasi mampu mengelola sumber daya secara efisien hingga mencapai keunggulan yang bernilai, baik dari sisi daya saing maupun pertumbuhan usaha. Konsep ini menekankan bahwa setiap organisasi memiliki karakteristik sumber daya yang berbeda-beda, bukan seragam. Keragaman tersebut membuat setiap organisasi memerlukan strategi yang tidak sama satu dengan lainnya karena kapasitas internal yang dimiliki juga bervariasi.

Pemikiran ini kemudian diperkaya dan dipertegas melalui karya Barney (1991) yang memberikan kontribusi penting

dalam mengembangkan pemahaman tentang sumber daya strategis. Dalam pandangan ini, keunggulan bersaing dapat dicapai apabila organisasi mampu memanfaatkan seluruh potensi internalnya secara optimal sehingga menghasilkan keunggulan yang dapat bertahan dalam jangka panjang. Barney (1991) menjelaskan bahwa terdapat tiga kelompok sumber daya yang dapat mendukung terciptanya keunggulan tersebut, yaitu: (1) *Human resource*, yang mencakup kemampuan individu dalam organisasi; (2) *Physical resource*, seperti peralatan, teknologi, dan bahan penunjang; serta (3) *Organizational resource*, yang berkaitan dengan struktur dan sistem pengelolaan. Ketiga unsur ini, apabila dikelola dengan baik, mampu memberikan dasar yang kuat bagi peningkatan kinerja dan daya saing yang berkelanjutan.

Porter (1989) juga menyoroti bahwa unsur-unsur di dalam organisasi sangat menentukan arah dan kekuatan organisasi tersebut. Dalam pandangannya, *resource-based view* berangkat dari pemahaman bahwa sebuah organisasi tidak cukup hanya menyesuaikan diri, tetapi perlu memperbaiki arah dan orientasinya agar dapat meraih posisi unggul yang bertahan lama. Keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh bagaimana sumber daya dan kapasitas internalnya diberdayakan secara terarah dan konsisten.

2. Pertumbuhan Ekonomi Schumpeter (*Middle Rank Theory*)

Teori pertumbuhan ekonomi yang dikembangkan Schumpeter memberikan kontribusi penting dalam pembahasan mengenai inovasi dan kewirausahaan. Schumpeter (2017) menekankan bahwa wirausahawan memiliki peran sebagai penggerak perubahan dalam kegiatan ekonomi. Perubahan tersebut diwujudkan melalui berbagai bentuk inovasi, seperti menghadirkan produk baru, memperkenalkan metode produksi yang lebih mutakhir, hingga membuka ruang pasar yang lebih luas agar kegiatan usaha dapat berkembang.

Pemikiran Schumpeter memberi sudut pandang bahwa usaha berskala kecil maupun sangat kecil perlu dibangun dengan orientasi yang lebih maju. Aktivitas usaha tidak hanya dilihat sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai wadah yang memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Pandangan ini sejalan dengan pemikiran Aghion et al. (2020) yang menegaskan pentingnya semangat kewirausahaan agar pelaku usaha mampu melihat potensi perluasan usaha dalam jangka panjang.

3. Teori *Social Capital* (*Applied Theory*)

Teori *social capital* berangkat dari pemahaman bahwa sumber daya tidak berdiri sendiri, tetapi selalu terkait dengan hubungan antarmanusia yang terjalin melalui teman, rekan, dan komunitas (S. Burt, 1997). Hubungan tersebut terbentuk melalui pertukaran yang saling menguntungkan dan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat.

Modal sosial dibagi ke dalam tiga kelompok utama. Pertama, *structural social capital* yang menggambarkan pola hubungan dan bentuk koneksi yang terbangun antarindividu dalam suatu jejaring sosial. Kedua, *cognitive social capital* yang mencerminkan adanya kesamaan pandangan, nilai, tujuan, maupun persepsi antaranggota suatu kelompok. Ketiga, *relational social capital* yang berkaitan dengan kualitas hubungan, termasuk tingkat kepercayaan dan keterikatan antaranggota yang terjalin dalam jejaring tersebut (Rungo et al., 2024).

Modal sosial memiliki kedekatan kuat dengan perkembangan usaha berskala kecil. Hubungan yang baik, kepercayaan, serta dukungan antaranggota komunitas terbukti membantu kelancaran kegiatan usaha dan menjadi faktor yang

memperkuat daya saing usaha kecil (Louati & Hadoussa, 2021).

a. Definisi *Social Capital* (Modal Sosial)

Erices-ocampo & Lubbers (2025) menggambarkan *social capital* sebagai pemanfaatan hubungan sosial yang memberi manfaat bagi individu maupun kelompok. Analia (2020) menyatakan bahwa modal sosial berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha membangun jaringan yang lebih baik dengan berbagai pihak di pasar, menjaga hubungan yang berulang dengan mitra, serta memelihara tingkat kepercayaan yang kuat antara pelaku usaha, pemangku kepentingan, dan pihak terkait lainnya.

Fernández et al. (2024) menerangkan bahwa modal sosial mencakup sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kelancaran kegiatan usaha. Saha & Banerjee (2015) menegaskan bahwa *social capital* memiliki peranan besar dalam menjaga keberlanjutan usaha berskala kecil. Secara umum, modal sosial dapat dipahami sebagai kesediaan komunitas untuk saling membantu, bekerja secara harmonis, serta membangun hubungan yang memperkuat upaya bersama dalam menjalankan kegiatan ekonomi sehingga

memberi peluang bagi terciptanya manfaat yang terus berlanjut.

b. Dimensi *Social Capital* (Modal Sosial)

Zhang et al. (2019) menggunakan tiga indikator utama dalam menggambarkan *social capital*, yaitu *structural dimension*, *relational dimension*, dan *cognitive dimension*. Meflinda et al. (2018) menguraikan modal sosial melalui unsur kepercayaan, kepedulian, kebersediaan untuk bekerja sama, serta norma yang mengatur hubungan antarpelaku usaha.

Agyapong et al. (2017) juga menekankan tiga dimensi serupa, yaitu *structural*, *relational*, dan *cognitive*. Chitsazan et al. (2017) menjelaskan unsur yang digunakan untuk menggambarkan *intellectual capital*, yang terdiri atas indikator *relational*, *cognitive*, dan *structural*.

Dar & Mishra (2020) menguraikan indikator modal sosial sebagai berikut:

- 1) Status, mencakup unsur ekonomi, budaya, popularitas, dan status politik.
- 2) Keterkaitan dan dukungan keluarga, meliputi hubungan keluarga, hubungan pekerjaan, keterhubungan dalam olahraga, hubungan asosiasi, hubungan politik, dorongan

keluarga ketika menghadapi tantangan, serta dukungan keluarga dalam mengatasi kesulitan.

- 3) Keterlibatan, mencakup solidaritas antarpersonal, keyakinan diri dalam hubungan antarpersonal, serta pemahaman terhadap berbagai keterbatasan.
- 4) Hubungan pribadi, mencakup hubungan dengan lembaga keuangan, pemerintah, asosiasi bisnis, asosiasi olahraga, serta lembaga kebudayaan.
- 5) Hubungan sosial, mencakup hubungan informal dengan manajer, pihak pemerintah, pengurus asosiasi, serta lembaga kebudayaan.

c. Indikator *Social Capital* (Modal Sosial)

- 1) Robert Putnam (2000); Ievdokymov et al. (2020)

Putnam menggambarkan modal sosial sebagai unsur yang berkaitan dengan norma, koordinasi, serta keselarasan tindakan dalam suatu kelompok. Konsep ini menekankan pentingnya hubungan yang mampu memperkuat interaksi sosial dan membangun iklim yang mendorong terciptanya kerja sama yang berkelanjutan.

Dimensi & Indikator:

- Kepercayaan (*trust*): mencakup keyakinan antaranggotanya, persepsi mengenai keadilan, dan kesiapan untuk menjalin kerja sama dalam berbagai kegiatan.
- Jaringan Sosial (*networks*): mencerminkan hubungan antarpersonal maupun kelompok, keterlibatan dalam komunitas atau asosiasi, serta tingkat kedekatan yang terbangun melalui interaksi.
- Norma & Nilai Bersama (*norms*): berupa aturan tidak tertulis yang dijunjung bersama, semangat kebersamaan, serta kesediaan untuk mengikuti nilai yang disepakati dalam kelompok.

2) Nahapiet (2017)

Nahapiet menguraikan modal sosial melalui tiga unsur utama, yaitu *structural capital*, *relational capital*, dan *cognitive capital*. Ketiga unsur tersebut menggambarkan bagaimana hubungan sosial terbentuk, dimaknai, dan diberdayakan untuk mendukung terciptanya kerja sama.

Dimensi & Indikator:

- **Structural Capital:** berkaitan dengan intensitas interaksi, keberadaan hubungan yang teratur, dan akses terhadap sumber daya yang tersedia melalui jaringan.
- **Relational Capital:** mencerminkan tingkat saling percaya, sikap saling menghargai, serta komitmen antaranggota dalam memenuhi tanggung jawab bersama.
- **Cognitive Capital:** menggambarkan keselarasan nilai, tujuan bersama, dan pemahaman kolektif yang memperkuat kedekatan dalam kelompok.

3) Adler & Kwon (2002)

Adler & Kwon menjelaskan bahwa modal sosial terbentuk melalui hubungan yang memberi peluang bagi individu maupun kelompok untuk memperoleh sumber daya dari lingkungannya. Hubungan tersebut berfungsi sebagai jembatan yang membuka akses pada berbagai bentuk dukungan.

Dimensi & Indikator:

- **Internal Ties:** menunjukkan kedekatan hubungan antaranggotanya dalam suatu komunitas atau organisasi.

- External Ties: menggambarkan keterhubungan dengan pihak lain, seperti mitra usaha, lembaga pemerintah, maupun pengguna layanan.
- Trustworthiness: mencakup sikap jujur, menjunjung keadilan, serta kemampuan untuk dapat diandalkan dalam menjalankan peran di dalam jaringan sosial.

4) Coleman (1988)

Coleman menjelaskan bahwa modal sosial merupakan unsur yang tertanam dalam suatu struktur sosial sehingga hubungan antarindividu di dalamnya mampu mendukung terbentuknya kerja sama yang stabil. Konsep tersebut menegaskan bahwa interaksi yang terbangun di dalam komunitas tidak berdiri sendiri, tetapi tumbuh melalui pola hubungan yang menghasilkan keterikatan sosial.

Dimensi & Indikator:

- Obligation and Expectation: menggambarkan tanggung jawab timbal balik yang muncul dari hubungan antarpersona, termasuk harapan bersama mengenai tindakan yang saling menguatkan.

- **Information Channel:** menunjukkan akses terhadap berbagai informasi yang tersedia melalui jaringan sosial, yang memungkinkan anggota untuk memperoleh pengetahuan yang relevan.
- **Norms and Sanctions:** mencerminkan keberadaan norma yang mengatur perilaku bersama serta sanksi sosial yang muncul ketika anggota tidak mengikuti ketentuan tersebut.

Dengan memperhatikan pandangan para pakar, modal sosial dalam kegiatan usaha skala kecil dapat dipahami melalui beberapa unsur penting yang mencerminkan hubungan sosial yang berkualitas dan memberikan manfaat bagi keberlangsungan usaha.

- **Kepercayaan (*trust*):** kesediaan para pelaku usaha untuk saling mempercayai, baik dalam hubungan antar pelaku UMKM, mitra, maupun pelanggan, sehingga tercipta lingkungan usaha yang kondusif.
- **Jaringan (*network*):** keterhubungan yang terbangun melalui berbagai bentuk kerja sama serta pemanfaatan akses terhadap sumber daya melalui komunitas atau asosiasi usaha.

- Norma & Nilai (*norms*): kepatuhan terhadap aturan bersama, penghargaan terhadap nilai kebersamaan, dan pemahaman atas tujuan kolektif dalam menjalankan usaha.
- Akses Informasi (*information sharing*): keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan peluang usaha, perkembangan pasar, maupun kebutuhan operasional lainnya.
- Timbal Balik (*reciprocity*): rasa saling membantu dan kesediaan untuk memberikan manfaat satu sama lain dalam jaringan usaha, sehingga tercipta hubungan yang saling menguatkan.

4. Performance (Kinerja)

a. Definisi Performance (Kinerja)

Kinerja dipahami sebagai gambaran hasil yang dicapai seseorang dalam menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawabnya dalam kurun waktu tertentu. Dalam konteks UMKM, *performance* menggambarkan capaian keseluruhan usaha sesuai kewenangan dan tanggung jawab yang dimiliki guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Aribawa et al., 2016). Selain mencerminkan hasil kerja, kinerja juga menunjukkan seberapa efektif dan efisien sebuah usaha dalam mengelola

kegiatannya sehari-hari (Tsiu et al., 2024). Penjelasan lain menguraikan bahwa kinerja UMKM merupakan rangkaian hasil dari aktivitas usaha dalam suatu periode yang mencerminkan kemampuan unit usaha menjalani kegiatan operasionalnya (Mkhize et al., 2025). Pemahaman mengenai kinerja menjadi penting karena membantu mengetahui capaian usaha, mengenali aspek yang perlu ditingkatkan, serta menyusun strategi pengembangan di masa mendatang.

Menurut Aribawa et al. (2016), gambaran kinerja UMKM yang menyeluruh dapat dilihat melalui tiga pilar pokok berikut.

1) Aspek Finansial

Aspek finansial mencerminkan kondisi usaha melalui ukuran-ukuran yang bersifat konkret, seperti perolehan pendapatan, besaran keuntungan bersih, kemampuan usaha memenuhi kewajiban jangka pendek, hingga kapasitas usaha dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Pendapatan yang terus bertumbuh menunjukkan adanya penerimaan pasar yang baik, sedangkan keuntungan bersih menggambarkan kemampuan usaha mengatur biaya secara efisien. Di sisi lain, kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek dan panjang menjadi cerminan stabilitas serta kesehatan finansial suatu usaha.

2) Aspek Nonfinansial

Kinerja UMKM tidak hanya tercermin dari kondisi keuangannya, tetapi juga dari unsur lain yang menggambarkan kualitas pengelolaan usaha. Beberapa unsur yang termasuk dalam aspek nonfinansial antara lain:

- a) Pelayanan yang baik kepada pelanggan, yang berdampak pada peningkatan kepercayaan dan pertumbuhan permintaan.
- b) Efisiensi operasional melalui pengelolaan proses kerja, persediaan, dan penggunaan sumber daya yang semakin tertata.
- c) Pengembangan sumber daya manusia yang mencakup peningkatan kemampuan, motivasi, dan kesiapan tenaga kerja untuk mendukung produktivitas.
- d) Kemampuan usaha untuk berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pasar, perkembangan teknologi, serta dinamika preferensi konsumen.

Semua unsur ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai ketangguhan usaha dalam kesehariannya.

3) Aspek Keberlanjutan dan Dampak Sosial

Dalam perkembangannya, kinerja UMKM juga dinilai dari kontribusinya terhadap lingkungan sosial dan keberlanjutan usaha. Usaha yang berjalan dengan baik tidak hanya memberikan keuntungan bagi pemiliknya, tetapi juga membawa manfaat bagi lingkungan sekitar. Bentuknya bisa berupa penyerapan tenaga kerja, penggunaan bahan baku dari wilayah setempat, ataupun keikutsertaan dalam kegiatan yang memberi nilai positif bagi masyarakat. Keberlanjutan usaha (*sustainability*) menjadi bagian penting yang menunjukkan kemampuan UMKM bertahan dan berkembang dalam jangka panjang melalui pengelolaan yang bertanggung jawab.

Keseluruhan uraian tersebut menunjukkan bahwa *performance* UMKM mencerminkan perpaduan antara kemampuan finansial, kualitas pengelolaan usaha, kepuasan pelanggan, serta kontribusi bagi lingkungan sosial. Kinerja yang baik tampak ketika sebuah UMKM dapat memperoleh keuntungan dengan tetap menjaga mutu produk atau layanan serta memberi manfaat nyata bagi komunitas yang mendukung keberadaannya. Jika harmonisasi ini tercapai, usaha tersebut tidak sekadar bertahan, tetapi juga tumbuh dan memberi nilai tambah yang berkelanjutan.

b. Dimensi *Performance* (Kinerja)

Beberapa ahli menguraikan kinerja melalui berbagai aspek yang menunjukkan mutu layanan, kelancaran kegiatan usaha, hingga keberhasilan usaha dalam memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan. Ozgun et al. (2022) menjelaskan bahwa kinerja dapat tercermin dari mutu pelayanan, kelancaran proses administrasi, tingkat kepuasan karyawan maupun konsumen, capaian keuangan, serta peningkatan kemampuan tenaga kerja melalui pelatihan.

Agyapong et al. (2017) menampilkan dua kelompok utama dalam menilai kinerja UMKM, yaitu:

- a) Kinerja keuangan, yang mencakup ukuran-ukuran seperti jumlah penjualan, pertumbuhan penjualan, keuntungan berdasarkan penjualan, hasil pengembalian investasi, serta peningkatan kemampuan usaha menghasilkan laba.
- b) Kinerja operasional, yang menggambarkan kemampuan usaha beradaptasi dalam penyampaian produk atau layanan, konsistensi pemenuhan kebutuhan pelanggan, tingkat ketidaksesuaian produk atau layanan, kemampuan menghadapi variasi kebutuhan pasar, pengelolaan biaya produksi atau operasional, kecepatan

merespons pelanggan, serta kemampuan memperkenalkan produk atau layanan baru ke pasar.

Aljuboori et al. (2022) memaparkan bahwa kinerja dapat terlihat dari perjalanan usaha dalam jangka waktu beberapa tahun melalui peningkatan pendapatan, kenaikan keuntungan, pengelolaan biaya yang semakin efisien, peningkatan pengembalian aset, serta kenaikan laba bersih dari penjualan selama periode tersebut.

Meflinda et al. (2018) mengaitkan kinerja UKM dengan aspek ekonomi, tingkat efisiensi, efektivitas pelaksanaan kegiatan, serta kemampuan menjaga kualitas pelayanan. Sementara itu, Valdez-Juárez et al. (2016) menilai kinerja UKM melalui ukuran seperti penguasaan pasar dan profitabilitas.

Analia (2020) menjelaskan bahwa pengukuran kinerja UKM juga dapat dilihat melalui *production output*, proses internal, serta kemampuan dalam mengelola sumber daya. Dari berbagai pandangan tersebut terlihat bahwa kinerja UMKM tidak hanya mencerminkan besaran omzet atau capaian finansial, tetapi juga menunjukkan kemampuan usaha menjalankan aktivitasnya secara menyeluruh.

c. Indikator *Performance* (Kinerja) UMKM

Pengukuran kinerja UMKM tidak cukup dilakukan dari satu sisi saja, melainkan perlu mempertimbangkan berbagai dimensi yang saling melengkapi (Sahrul, 2025). Para ahli manajemen memandang bahwa keberhasilan UMKM dapat dilihat dari perpaduan indikator finansial dan nonfinansial agar memberikan gambaran yang lebih utuh terhadap perkembangan usaha (Dini Abshar, 2023).

Venkatraman (1986) menjelaskan bahwa kinerja organisasi, termasuk UMKM, terbagi menjadi dua kelompok besar, yaitu:

- 1) Kinerja finansial, yang mencakup pertumbuhan penjualan, tingkat keuntungan, serta *return on investment* (ROI).
- 2) Kinerja nonfinansial, yang mencakup posisi usaha dalam pasar, citra atau reputasi usaha, serta tingkat kepuasan pelanggan.

Berbagai dimensi yang umum digunakan dalam menilai kinerja UMKM antara lain:

- a) Dimensi keuangan, yang tercermin dari laba dan peningkatan penjualan.

- b) Dimensi pelanggan, yang terlihat dari kepuasan serta kesetiaan konsumen terhadap produk atau layanan.
- c) Dimensi proses internal, yang mencerminkan kelancaran proses produksi serta mutu hasil usaha.
- d) Dimensi pembelajaran dan pengembangan, yang meliputi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, kemampuan berinovasi, serta pemanfaatan teknologi (Sefanya & Ie, 2024).

Keseluruhan indikator tersebut memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana sebuah UMKM menjalankan kegiatannya, menjaga kualitas, dan bertumbuh dalam persaingan usaha.

Kinerja UMKM berkembang melalui berbagai tanda kemajuan usaha, seperti peningkatan pendapatan, bertambahnya jumlah tenaga yang terlibat, kemampuan menjangkau pasar yang lebih luas, munculnya pembaruan dalam produk maupun layanan, serta ketahanan usaha menghadapi perubahan situasi. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM berkaitan dengan kemampuan untuk menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar dan perkembangan lingkungan usaha (Nurkhayati, 2025). Vanitha Prasannath and Miles (2024) menguraikan bahwa

kinerja UMKM dapat dipahami melalui empat sisi utama, yaitu keuangan, pemasaran, operasional, dan pengembangan usaha. Pada sisi keuangan, perhatian diberikan pada pertumbuhan aset dan laba; pada bidang pemasaran mencakup jangkauan pasar dan jumlah pengguna jasa; pada sisi operasional tercermin dari produktivitas serta efisiensi penggunaan biaya; sedangkan pada pengembangan usaha tampak melalui kemampuan memperbaiki produk, memperluas jaringan, dan menjaga keberlangsungan usaha.

Kinerja UMKM juga dipengaruhi oleh berbagai unsur yang berkaitan dengan produktivitas tenaga kerja, daya saing harga, kemampuan menembus pasar dalam negeri maupun luar negeri, kecakapan berinovasi, serta kemudahan memperoleh dukungan pembiayaan. Berbagai hal tersebut menjadi penting mengingat dinamika perekonomian global menuntut pelaku UMKM untuk lebih cepat menyesuaikan diri dan semakin unggul dalam persaingan (Kgakatsi et al., 2024).

Dari berbagai pandangan tersebut, kinerja UMKM pada umumnya dapat dilihat melalui beberapa dimensi besar, seperti:

- Keuangan
- Pemasaran

- Operasional
- Inovasi dan pengembangan usaha
- Sumber daya manusia
- Daya tahan serta keberlanjutan usaha

Ragam indikatornya mencakup pertumbuhan pendapatan, peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan, kemampuan menjaga produktivitas, hingga kesigapan dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar.

d. Hal-hal yang memengaruhi *Performance* (Kinerja)

Menurut Cooke & Wills (1999), terciptanya modal sosial berkaitan dengan meningkatnya kualitas pengetahuan dalam dunia usaha. Subramaniam & Youndt (2005) menyampaikan bahwa *social capital* berperan dalam mendorong pertukaran gagasan dan pengetahuan di dalam organisasi, yang berpotensi menumbuhkan pembaruan dalam proses kerja, pengembangan produk atau layanan, penyelesaian berbagai kebutuhan usaha, serta membentuk pola interaksi yang lebih produktif antar pelaku usaha.

5. *Innovation* (Inovasi)

a. Definisi *Innovation* (*Inovasi*)

Inovasi dipahami sebagai unsur penting dalam kemajuan dan kinerja suatu organisasi. Pengelolaan inovasi mencakup langkah strategis dan terarah untuk mengatur berbagai proses, kebiasaan, serta pendekatan yang mendorong terciptanya ide baru, pengembangan produk maupun layanan, peningkatan efektivitas kegiatan operasional, serta penguatan daya saing (Koomson, 2024). Suatu organisasi yang mampu mengatur inovasinya dengan baik cenderung lebih cepat menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pasar, memanfaatkan peluang yang muncul, dan mempertahankan posisinya dalam persaingan (Lestari et al., 2024).

Pengelolaan inovasi memberikan ruang bagi organisasi untuk merespons kecenderungan baru, perubahan preferensi pengguna, dan perkembangan teknologi sehingga keberlangsungan dan pertumbuhan jangka panjang dapat dijaga (Melendez & Dávila, 2022). Dalam praktiknya, pengelolaan inovasi melibatkan pengenalan serta penerapan pendekatan, teknik manajerial, dan metode kerja yang diperbarui guna memperkuat kinerja organisasi (Expósito et al., 2024). Tujuan utama dari pengelolaan inovasi adalah

membangun suasana kerja yang mendukung pembaruan ide sekaligus mendorong pola sistematis dalam menghasilkan dan menerapkan gagasan baru (Rubik, 2021).

The British Council (2000) menjelaskan bahwa inovasi merupakan upaya memadukan pengetahuan, keahlian teknologi, dan pengalaman untuk menghasilkan produk, proses, atau layanan yang berbeda dari sebelumnya.

b. Dimensi Innovation (*Inovasi*)

Menurut Zulkiffli et al. (2022), pelaku usaha, khususnya pada sektor makanan, dapat memperbarui usahanya melalui penciptaan formula baru, penyediaan pilihan yang lebih mendukung kesehatan, serta penggabungan bahan dan cita rasa yang tidak umum. Agyapong et al. (2017) menguraikan inovasi melalui beberapa sisi, yaitu *process innovation*, *solution innovation*, dan *product/services innovation*. Sementara itu, Muttaqien et al. (2022) menggambarkan inovasi produk sebagai upaya menghadirkan bentuk kemasan yang lebih tepat guna, memperbarui teknik pengolahan, serta menggunakan bahan tertentu guna meningkatkan mutu dan daya tahan produk. Auken et al. (2021) menyampaikan bahwa inovasi juga tercermin dari hadirnya produk baru yang diperkenalkan ke pasar. Zulkiffli et al. (2022) menegaskan kembali bahwa sektor

usaha makanan dapat terus memperbarui diri dengan menghadirkan cita rasa baru, pilihan yang lebih ramah kesehatan, dan perpaduan bahan yang kreatif.

Pandangan mengenai inovasi juga berkaitan dengan keberanian mengambil keputusan yang dinilai masih berada dalam batas yang dapat diterima serta kehadiran produk atau layanan baru dalam beberapa tahun terakhir. Valdez-Juárez et al. (2016) menjelaskan pengukuran inovasi melalui dua sisi utama, yaitu:

- 1) inovasi dalam produk dan layanan, yang mencakup perubahan pada produk serta upaya memasarkan produk baru; dan
- 2) inovasi dalam proses, yang tampak dari pembaruan proses produksi serta penggunaan peralatan baru dalam menghasilkan produk.

c. Indikator Innovation (*Inovasi*)

Menurut Schumpeter (1934), inovasi dipahami sebagai upaya kreatif seseorang untuk mencapai keunggulan yang sulit ditiru pihak lain. Indikatornya dapat terlihat melalui hadirnya ragam produk baru, pemanfaatan teknologi dalam kegiatan produksi, perluasan jangkauan pasar, serta penyusunan struktur usaha

yang memungkinkan kegiatan berjalan lebih efisien. Inovasi produk tercermin dari pembaruan atau peningkatan mutu barang maupun layanan; inovasi proses tampak pada cara produksi dan distribusi yang lebih efektif; inovasi pemasaran terlihat melalui strategi baru dalam tampilan, promosi, dan penyampaian produk; sedangkan inovasi organisasi mencakup penyempurnaan tata kelola, penataan pola kerja, serta penguatan hubungan usaha (Sono et al., 2024).

Inovasi juga dapat muncul dari banyak sumber, seperti perubahan kebutuhan pengguna, perkembangan teknologi, dan kreativitas yang tumbuh dari dalam organisasi. Beberapa tanda yang dapat diamati antara lain tingkat penerimaan pengguna terhadap produk baru, jumlah teknologi yang mulai diterapkan, serta bagaimana ide kreatif disalurkan ke dalam kegiatan usaha sehari-hari (Bonilla-chaves, 2024).

Gama dan Brito (2024) memaparkan bahwa inovasi dapat dikenali melalui lima ciri, yaitu manfaat yang lebih unggul dibandingkan sebelumnya, keselarasan dengan kebutuhan pengguna, tingkat kerumitan, peluang untuk diuji, serta sejauh mana hasil inovasi dapat terlihat. Indikatornya mencakup peningkatan daya saing, kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar, kemudahan pemanfaatan produk baru,

keberhasilan proses uji coba, hingga penguatan citra usaha setelah inovasi diterapkan.

Selanjutnya, indikator inovasi dapat diamati dari berbagai sisi, seperti jumlah pilihan produk baru untuk inovasi produk; efisiensi biaya dan teknologi untuk inovasi proses; strategi pemasaran yang diperbarui untuk inovasi posisi; serta perubahan model bisnis dan strategi usaha untuk inovasi paradigma (Wang, 2022).

Dari beragam pandangan tersebut, inovasi mencakup ruang lingkup yang luas, meliputi produk, proses, pemasaran, organisasi, posisi, dan paradigma usaha. Indikatornya dapat ditunjukkan melalui bertambahnya ragam produk baru, meningkatnya efisiensi proses, penyusunan strategi pemasaran yang lebih kreatif, pembaruan struktur organisasi, serta kemampuan memperbarui model bisnis agar tetap sesuai dengan dinamika pasar.

d. Faktor yang Mempengaruhi Innovation (*Inovasi*)

Zulkiffli et al. (2022) menyampaikan bahwa pelaku usaha, khususnya di bidang makanan, dapat memperbarui usahanya melalui pembuatan resep yang berbeda, penyediaan pilihan yang lebih selaras dengan gaya hidup sehat, serta menggabungkan cita rasa dan bahan yang tidak umum.

Pandangan serupa dijelaskan oleh Muttaqien et al. (2022), yang menggambarkan inovasi produk sebagai upaya memperbarui kemasan, teknik produksi, serta bahan tertentu untuk memperkuat mutu dan daya tahan produk. Auken et al. (2021) menambahkan bahwa inovasi berkaitan dengan kehadiran produk baru atau pembaruan yang lebih baik sebelum dipasarkan. Zulkiffli et al. (2022) menegaskan kembali bahwa usaha makanan dapat terus berkembang dengan menciptakan rasa baru, pilihan yang lebih sehat, serta perpaduan bahan yang kreatif.

Dalam lingkup usaha kuliner, pembaruan dapat dilakukan dengan menghadirkan produk yang lebih sesuai dengan selera dan kebutuhan pengguna. Camilleri (2018) menjelaskan bahwa proses inovasi berfokus pada peningkatan efisiensi serta efektivitas kegiatan operasional. Penerapan pengembangan baru, otomatisasi, dan digitalisasi memungkinkan kegiatan produksi menjadi lebih cepat, produktif, serta hemat biaya. Inovasi proses juga mencakup penggunaan praktik berkelanjutan, seperti pengurangan sampah, pemanfaatan energi secara efisien, dan penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan untuk menyesuaikan diri dengan meningkatnya minat terhadap produk yang mendukung keberlanjutan.

Najib et al. (2014) menjelaskan bahwa hubungan dan kepercayaan menjadi unsur penting dalam mendorong inovasi, terutama bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan sumber daya. Cooke dan Wills (1999) menyampaikan bahwa keberadaan modal sosial akan membantu memperkuat kemampuan organisasi untuk menghasilkan inovasi.

6. *Intellectual Capital* (Modal Intelektual)

a. Definisi Intellectual Capital

Konsep *intellectual capital* berkembang luas dalam wacana manajemen modern seiring dengan berkembangnya ekonomi yang bertumpu pada pengetahuan (Choong, 2020). Dalam perkembangan ini, sejumlah pengarang memandang bahwa wawasan, kemampuan, serta informasi yang dimiliki suatu organisasi memiliki nilai yang sangat penting, bahkan sering kali lebih besar dibandingkan aset yang tampak secara fisik.

Selaras dengan itu, Andre Sucena & Matos (2024) mengemukakan bahwa *intellectual capital* merupakan gabungan unsur pengetahuan yang berada pada diri individu maupun pada tatanan organisasi, yang kemudian dimanfaatkan untuk mencapai tujuan strategis yang telah ditetapkan.

b. Dimensi *Intellectual Capital*

Menurut Aljuboori et al. (2022), dimensi *intellectual capital* mencakup beberapa aspek berikut:

- 1) *Human capital*, yang menggambarkan kemampuan seseorang dalam bekerja, mencakup keterampilan, pengalaman, kreativitas, keluasan wawasan, serta ketangkasan dalam memberikan solusi.
- 2) *Structural capital*, yaitu dukungan internal berupa sistem informasi yang berjalan efektif, prosedur operasional yang tertata, kemampuan organisasi beradaptasi, serta adanya inovasi yang memperkuat sistem maupun proses kerja.

Gagasan mengenai modal intelektual berangkat dari pemahaman bahwa sumber daya fisik saja tidak memadai untuk menjaga keunggulan di dalam lingkungan usaha yang dipengaruhi arus informasi. Dalam pandangan Ubaidillah (2024), kemampuan berpikir, kompetensi, tata kelola internal, serta hubungan sosial dalam organisasi membentuk kekuatan yang tidak mudah ditiru pihak lain.

Sejalan dengan itu, Lopes (2024) menegaskan bahwa modal intelektual terdiri atas tiga komponen utama. Pertama,

human capital yang mencakup kemampuan, pengetahuan, dan nilai-nilai yang dimiliki tenaga kerja. Kedua, *structural capital* berupa sarana organisasi seperti basis data, sistem informasi, hak kekayaan intelektual, serta prosedur kerja. Ketiga, *customer capital* atau *relational capital*, yaitu aspek hubungan dengan pihak luar, termasuk pelanggan dan mitra usaha.

Orjala & Collan (2025) juga membagi modal intelektual ke dalam tiga kelompok inti, yaitu: (1) kompetensi individu yang berkaitan dengan pendidikan, keterampilan, dan pengalaman; (2) struktur internal yang mencakup proses, budaya organisasi, teknologi, serta sistem pengelolaan; dan (3) struktur eksternal berupa hubungan dengan pelanggan, pemasok, pihak pemerintah, serta lingkungan bisnis yang lebih luas.

Ketiga elemen tersebut bekerja secara saling melengkapi. *Human capital* memberikan sumber daya berbasis pengetahuan, *structural capital* memastikan pengetahuan tersebut tertata dan dapat dimanfaatkan, sementara *relational capital* memperluas dampaknya melalui hubungan dengan pihak luar. Modal intelektual menjadi pondasi penting untuk membangun keunggulan jangka panjang dan nilai tambah yang berkelanjutan.

c. Indikator *Intellectual Capital*

Mohamed & Tamanna (2023) menjelaskan bahwa indikator *intellectual capital* dapat dilihat melalui beberapa aspek. *Human capital* tercermin dari pengetahuan, keterampilan, kreativitas, tingkat pendidikan, pengalaman dalam bekerja, serta kemampuan untuk menghasilkan gagasan baru. Selanjutnya, *structural capital* ditunjukkan melalui keberadaan sistem, teknologi, prosedur, budaya organisasi, serta perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual yang mendukung keberlangsungan kegiatan organisasi. Di sisi lain, *relational capital* tampak pada kualitas hubungan dengan pelanggan, mitra usaha, reputasi organisasi, tingkat kepercayaan konsumen, serta jaringan eksternal yang dimiliki.

Toma & Laurens (2024) juga menguraikan bahwa indikator modal intelektual dapat dilihat dari dua kelompok utama: *human capital* yang meliputi motivasi, kompetensi, kepemimpinan, dan keahlian tenaga kerja; serta *structural capital* yang mencakup teknologi, basis data, proses internal, budaya, serta struktur organisasi. Mereka menambahkan bahwa hubungan eksternal (*relational capital*) berperan dalam menunjukkan kemampuan organisasi bekerja sama dengan pelanggan, pemasok, maupun pihak terkait lainnya.

Menurut Thi et al. (2024) menyusun indikator modal intelektual ke dalam tiga pilar berikut:

a) Indikator *Human Capital*

Mencakup tingkat pendidikan, keterampilan, kreativitas, pengalaman, kemampuan berinovasi, komitmen, dan motivasi individu.

b) Indikator *Structural Capital*

Meliputi sistem manajemen, teknologi informasi, prosedur kerja, budaya organisasi, paten, serta inovasi yang lahir dari struktur internal.

c) Indikator *Relational Capital*

Tampak melalui kepuasan pelanggan, kesetiaan konsumen, reputasi, hubungan dengan pemasok, mitra strategis, serta citra organisasi di lingkungan eksternal.

7. *Managerial Ability* (Kemampuan Manajerial)

a. Definisi *Managerial Ability*

Popescu et al. (2020) menyampaikan bahwa keberhasilan seseorang dalam mengelola kegiatan usaha berkaitan erat dengan kemampuan manajerial yang dimiliki oleh pihak yang berada pada posisi pengambil keputusan. Dalam pandangan Sewpersadh (2025), *managerial ability* dipahami sebagai

kapasitas pelaku usaha dalam mengatur kegiatan usahanya berdasarkan keterampilan yang dimiliki. Rasoulkhan (2024) menambahkan bahwa kegiatan usaha dapat berlangsung dengan tertib apabila pengelolanya mampu menjalankan fungsi pengelolaan dengan baik.

Haque & Puwanenthiren (2025) menjelaskan *managerial ability* sebagai kemampuan individu pelaku usaha skala kecil untuk menyusun rencana, melaksanakan langkah kerja, serta memastikan jalannya kegiatan usaha berlangsung sesuai tujuan. Kemampuan manajerial mencerminkan tata kelola dasar yang diperlukan untuk mengarahkan proses usaha agar bergerak secara konsisten dan berkelanjutan.

b. Dimensi *Managerial Ability*

Al Idrus et al. (2022) menguraikan bahwa kemampuan manajerial dapat dilihat melalui empat indikator, yaitu:

- 1) penguasaan pengetahuan;
- 2) kesadaran diri;
- 3) kecerdasan dalam mengelola emosi;
- 4) *soft skills*.

Kemampuan manajerial menggambarkan kapasitas seorang pengelola dalam menyusun rencana, mengatur

struktur kerja, mengarahkan pihak terkait, dan menjaga agar tujuan bersama dapat dicapai dengan baik. Sejumlah pengarang menjelaskan bahwa kemampuan ini terbentuk dari berbagai keterampilan yang saling melengkapi, mulai dari aspek teknis hingga kemampuan berhubungan dengan orang lain.

Menurut Feng & Saleh (2024), terdapat tiga keterampilan utama dalam *managerial ability*. *Technical skill* adalah keterampilan dalam memanfaatkan pengetahuan, metode, dan teknik tertentu untuk menjalankan pekerjaan. *Human skill* mencerminkan kemampuan menjalin hubungan, berkomunikasi, dan bekerja sama. Sedangkan *conceptual skill* berkaitan dengan kemampuan memahami arah organisasi secara menyeluruh, merumuskan langkah strategis, serta melihat kemungkinan perubahan lingkungan usaha.

Huynh et al. (2024) memperluas pemahaman tersebut dengan menekankan pentingnya kemampuan berpikir sistematis, komunikasi efektif, proses pengambilan keputusan, dan kepemimpinan sebagai bagian dari kemampuan manajerial.

Imeni (2024) mengemukakan bahwa *managerial ability* juga mencakup dimensi praktis seperti kemampuan membangun tim yang solid, menangani konflik, berkomunikasi

dengan jelas, mengelola tekanan kerja, memimpin dengan visi, dan kemampuan berpikir kritis. Uraian ini menunjukkan bahwa manajer perlu memadukan kecerdasan emosional dan kecerdasan kognitif agar dapat menjalankan tanggung jawabnya secara optimal.

Popescu et al. (2020) menambahkan bahwa kemampuan manajerial dapat dilihat dari tingkat kesadaran diri, kecerdasan emosional, serta keterampilan interpersonal yang dimiliki. Ketiga aspek tersebut mencerminkan dasar kapasitas seorang manajer dalam menjalankan perannya dalam organisasi.

Dengan menghimpun berbagai pandangan yang berkembang, gambaran mengenai dimensi *managerial ability* dapat dituangkan sebagai berikut:

- a) Keterampilan Interpersonal (*Human Skill*) → mencakup kemampuan menjalin komunikasi yang efektif, memandu kerja sama, menjaga hubungan yang harmonis, serta menangani perbedaan pendapat.
- b) Keterampilan Pengambilan Keputusan → mencerminkan kapasitas dalam memahami suatu persoalan, menimbang kemungkinan yang ada, dan menentukan pilihan yang paling sesuai bagi keberlangsungan organisasi.

- c) Keterampilan Kepemimpinan → meliputi kemampuan memberikan arah, mendorong semangat tim, serta mengelola perubahan agar tujuan bersama dapat dicapai.
- d) Keterampilan Informasional → menggambarkan kemampuan mengolah, menyampaikan, dan memanfaatkan informasi sebagai dasar langkah kerja di lingkungan organisasi.

Dari uraian tersebut terlihat bahwa *managerial ability* tidak hanya berhubungan dengan kemampuan teknis, tetapi juga merupakan perpaduan unsur kognitif, sosial, dan emosional. Semakin dinamis kondisi usaha dan semakin tidak menentu arah pasar, semakin dibutuhkan kemampuan manajerial yang menyeluruh agar organisasi tetap mampu bersaing dan beradaptasi dengan berbagai situasi.

c. Indikator *Managerial Ability*

Wu et al. (2024) menyampaikan bahwa indikator kemampuan manajerial dapat dijelaskan melalui enam kelompok berikut.

1) Keterampilan Teknis (*Technical Skill*)

- a) Kemampuan menggunakan peralatan, teknologi, serta metode kerja.

- b) Pemahaman terhadap tata kerja dan aturan baku yang berlaku.
 - c) Kemampuan menangani persoalan teknis secara cepat.
 - d) Kemampuan mengatur pemakaian sumber daya agar tetap efisien.
- 2) Keterampilan Konseptual (*Conceptual Skill*)
- a) Kemampuan memahami organisasi dalam berbagai aspeknya.
 - b) Kemampuan berpikir strategis serta melihat gambaran besar.
 - c) Kemampuan menyusun visi, misi, dan arah pengembangan.
 - d) Kemampuan membaca perubahan serta menilai risiko yang mungkin terjadi.
- 3) Keterampilan Interpersonal (*Human Skill*)
- a) Kemampuan membangun hubungan yang baik dengan seluruh pihak di lingkungan kerja.
 - b) Kemampuan memberi dorongan, arahan, dan pendampingan kepada tim.

- c) Kemampuan berkomunikasi secara efektif, baik secara lisan maupun tulisan.
 - d) Kemampuan menangani persoalan antarindividu secara seimbang.
- 4) Keterampilan Pengambilan Keputusan
- a) Kemampuan mengenali suatu persoalan dengan tepat.
 - b) Kemampuan menimbang berbagai alternatif solusi.
 - c) Keberanian menentukan pilihan pada situasi yang tidak menentu.
 - d) Kemampuan menjalankan keputusan secara konsisten.
- 5) Keterampilan Kepemimpinan
- a) Kemampuan memberikan arahan yang jelas bagi tim.
 - b) Kemampuan memberi inspirasi dan mendorong semangat kerja.
 - c) Kemampuan mengelola perubahan dalam organisasi.
 - d) Kemampuan menjaga nilai etika dan integritas dalam setiap tindakan.

6) Keterampilan Informasional

- a) Kemampuan menghimpun serta menilai informasi yang berkaitan dengan tugas.
- b) Kemampuan menyampaikan informasi secara jelas dan tepat waktu.
- c) Kemampuan memanfaatkan data sebagai dasar pengambilan keputusan.
- d) Kemampuan menjadi perwakilan organisasi dalam menyampaikan informasi kepada pihak luar.

B. Modal, Inovasi, dan Kinerja Usaha Ultra Mikro

1. *Social Capital* (Modal Sosial) dan *Performance* (Kinerja) Usaha Ultra Mikro

Modal sosial dipandang sebagai unsur penting yang membantu pelaku usaha kecil mengembangkan usaha mereka. Beragam sumber menunjukkan bahwa jejaring yang kuat memberikan banyak manfaat, seperti kemudahan memperoleh informasi, peluang pasar yang lebih terbuka, serta hubungan yang penuh kepercayaan. Kondisi ini membantu pelaku usaha menjaga loyalitas pelanggan dan memperkuat stabilitas usaha.

Hubungan yang baik dengan pelaku usaha lain juga memberi efek positif terhadap efisiensi kegiatan usaha. Interaksi antar pelaku usaha dapat mengurangi biaya transaksi, mempercepat pertukaran sumber daya, serta meningkatkan kemampuan usaha untuk mengelola risiko. Dimensi kepercayaan sosial turut memberi kemudahan dalam memperoleh akses modal, memperkuat kerja sama dengan berbagai pihak, dan membantu pelaku usaha membuat keputusan yang lebih terarah.

Dalam lingkungan berbasis komunitas, keberadaan asosiasi usaha, pelatihan bersama, dan kegiatan mentoring terbukti memperluas wawasan usaha. Pelaku usaha yang aktif dalam jaringan tersebut biasanya memperoleh pengetahuan manajerial dan teknis yang lebih baik. Hubungan dengan lembaga pemerintah, institusi pendidikan, atau asosiasi industri memberikan manfaat pendampingan dan pemahaman regulasi yang membuat usaha lebih adaptif terhadap perubahan.

Modal sosial berperan penting dalam memperkuat fondasi usaha, baik melalui peningkatan pendapatan, kemudahan mengakses sumber daya, maupun efisiensi aktivitas usaha. Jaringan, kepercayaan, keterlibatan komunitas,

serta hubungan dengan lembaga formal menjadi pendorong utama bagi usaha ultra mikro untuk tumbuh secara berkelanjutan.

2. *Social Capital* (Modal Sosial) dan *Innovation* (Inovasi)

Modal sosial berfungsi sebagai sarana untuk terhubung dengan berbagai sumber informasi dan pengetahuan. Jejaring yang baik membantu pelaku usaha berbagi pengalaman, bertukar ide, dan menemukan cara baru untuk mengembangkan usaha mereka. Lingkungan kolaboratif ini membuat proses kreativitas menjadi lebih dinamis dan membuka peluang terciptanya pembaruan dalam produk, layanan, maupun strategi pemasaran.

Hubungan yang didasari kepercayaan mendorong keberanian pelaku usaha untuk mencoba ide baru. Jejaring sosial memudahkan pelaku usaha mengakses teknologi, pasar, serta sumber dana yang mendukung pembentukan inovasi. Interaksi yang terjadi dalam jaringan komunitas atau hubungan bisnis membantu mempercepat proses pembelajaran sehingga gagasan baru dapat diwujudkan dengan lebih efektif.

Modal sosial bukan hanya menjadi dasar untuk menghubungkan pelaku usaha, tetapi juga menjadi penggerak

terciptanya inovasi. Kepercayaan, kolaborasi, dan norma sosial membentuk fondasi penting yang memungkinkan pelaku usaha mengembangkan berbagai pembaruan sesuai kebutuhan pasar.

3. *Intellectual Capital* (Modal Intelektual) dan *Performance* (Kinerja) Usaha Ultra Mikro

Modal intelektual mencakup berbagai aspek berbasis pengetahuan, seperti keterampilan, pengalaman, relasi, serta sistem kerja yang mendukung kegiatan usaha. Modal ini memberikan nilai tambah bagi pelaku usaha ultra mikro karena dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk bertahan dalam persaingan.

Kualitas sumber daya manusia, yaitu pengetahuan dan keterampilan individu, membantu menghasilkan ide baru dan meningkatkan produktivitas. Sistem organisasi yang tertata, teknologi yang memadai, serta proses kerja yang efisien membantu menjaga kesinambungan pengetahuan dalam usaha. Jaringan yang baik dengan pelanggan, pemasok, serta mitra usaha memperluas peluang pemasaran dan memperkuat kepercayaan.

Dalam kondisi keterbatasan sumber daya fisik dan finansial, modal intelektual menjadi keunggulan berbasis

pengetahuan yang mampu meningkatkan kemampuan usaha untuk berkembang.

4. *Intellectual Capital* (Modal Intelektual) dan *Innovation* (Inovasi)

Modal intelektual merupakan gabungan kapasitas pengetahuan yang dapat diolah menjadi nilai tambah. Kreativitas, ide, dan keterampilan individu berperan penting dalam menghasilkan gagasan baru. Dukungan sistem manajemen, teknologi, dan prosedur organisasi membantu memastikan inovasi tersebut dapat diimplementasikan secara nyata. Hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis turut mempercepat penyebaran serta penerimaan inovasi.

Modal intelektual yang dikelola dengan baik meningkatkan kemampuan usaha untuk beradaptasi dengan perubahan. Pelaku usaha yang memiliki pengetahuan yang kuat dan sistem yang mendukung akan lebih responsif terhadap dinamika pasar. Proses pembentukan pengetahuan baik yang bersifat pengalaman maupun yang terdokumentasi menjadi unsur penting dalam menghasilkan inovasi secara berkelanjutan.

5. *Innovation* (Inovasi) dan *Performance* (Kinerja) Usaha Ultra Mikro

Inovasi merupakan pendorong penting dalam peningkatan performa usaha. Gagasan baru dalam produk, proses, maupun strategi organisasi dapat meningkatkan efisiensi serta membuka peluang usaha baru. Inovasi membuat pelaku usaha lebih cepat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Melalui inovasi, usaha ultra mikro mampu meningkatkan kualitas produk, memperbaiki proses produksi, serta menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Hal ini berdampak pada peningkatan profitabilitas, pertumbuhan penjualan, serta kepuasan pelanggan. Kemampuan menghasilkan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar menjadi kunci untuk membangun daya saing jangka panjang.

6. *Innovation* (Inovasi) sebagai Mediator antara *Social Capital* dan *Performance*

Modal sosial memberi pengaruh positif terhadap kemampuan usaha menciptakan pembaruan. *Innovation* kemudian menjadi jembatan yang membantu modal sosial memberikan dampak lebih optimal pada kinerja usaha. Ketika jejaring, kepercayaan,

dan hubungan sosial mendukung terciptanya pembaruan, kinerja usaha meningkat lebih kuat.

7. *Innovation* (Inovasi) sebagai Mediator antara *Intellectual Capital* dan *Performance*

Modal intelektual meningkatkan kemampuan usaha untuk menciptakan inovasi, dan inovasi tersebut menjadi faktor penting yang memperkuat pengaruh modal intelektual terhadap kinerja usaha. Ketika ide, proses kerja, dan relasi yang berbasis pengetahuan diolah dalam bentuk inovasi, kinerja usaha menjadi lebih baik dan lebih berkelanjutan.

8. *Managerial Ability* sebagai Moderator antara *Social Capital* dan *Performance*

Kemampuan manajerial merupakan unsur penting dalam menjalankan usaha, terutama bagi pelaku usaha ultra mikro yang sering menghadapi keterbatasan sumber daya. Kemampuan ini mencakup kecakapan dalam mengelola usaha, mengambil keputusan, serta memanfaatkan jaringan sosial yang dimiliki. Dengan kemampuan manajerial yang baik, hubungan sosial dapat dimanfaatkan secara lebih optimal sehingga pengaruhnya terhadap kinerja usaha menjadi lebih kuat.

BAB 3

MODAL, KREATIVITAS, DAN KARAKTERISTIK PELAKU USAHA ULTRA MIKRO

A. Karakteristik Pelaku Usaha Ultra Mikro

Karakteristik para pelaku usaha ultra mikro di sektor makanan dan minuman memperlihatkan keragaman yang cukup luas. Dari segi usia, sebagian besar berada pada rentang usia produktif. Kelompok usia di bawah dua puluh lima tahun mencerminkan sekitar tiga dari sepuluh pelaku usaha, sedangkan kelompok usia dua puluh enam hingga tiga puluh lima tahun mencakup hampir setengah dari keseluruhan. Pelaku usaha berusia tiga puluh enam hingga empat puluh lima tahun membentuk bagian yang lebih kecil, sementara mereka yang berusia di atas empat puluh lima tahun berada pada jumlah paling sedikit dibandingkan kelompok usia lainnya.

Latar belakang pendidikan juga bervariasi. Sebagian kecil pelaku usaha tidak menempuh pendidikan formal, sedangkan

lulusan sekolah dasar dan sekolah menengah pertama jumlahnya lebih besar. Lulusan sekolah menengah atas menempati bagian terbesar dari keseluruhan pelaku usaha, mendominasi hampir setengah dari jumlah total. Sebagian lainnya merupakan lulusan diploma dan sarjana, meskipun jumlahnya tidak sebesar kelompok lulusan sekolah menengah atas.

Jika dilihat dari lamanya usaha berjalan, banyak pelaku usaha yang baru memulai usahanya dalam beberapa tahun terakhir. Sekitar sepertiga usaha berada pada tahap awal dengan usia kurang dari empat tahun. Usaha yang telah berlangsung antara empat hingga delapan tahun mencerminkan hampir setengah dari keseluruhan, sedangkan usaha yang berdiri lebih lama jumlahnya lebih sedikit.

Variasi juga tampak pada besaran modal usaha. Mereka yang memulai dengan modal di bawah lima juta rupiah mencerminkan lebih dari seperempat pelaku usaha. Kelompok dengan modal menengah, dalam kisaran sekitar lima hingga hampir sepuluh juta rupiah, merupakan bagian terbesar dari keseluruhan. Sebagian lainnya memiliki modal yang lebih tinggi, yaitu antara sepuluh hingga hampir lima belas juta

rupiah, dan sisanya berada pada rentang lima belas hingga dua puluh juta rupiah.

Susunan ini memberikan gambaran bahwa pelaku usaha ultra mikro di sektor makanan dan minuman didominasi oleh generasi muda, berpendidikan menengah, dengan usia usaha yang bervariasi, serta modal yang umumnya masih berada pada skala kecil hingga menengah. Gambaran ini menunjukkan dinamika usaha kecil yang terus berkembang dan ditopang oleh keberanian generasi produktif dalam membentuk sumber penghidupan melalui usaha mandiri.

Kelompok pelaku usaha ultra mikro di bidang makanan dan minuman umumnya berada pada usia produktif. Sebagian besar berada pada rentang dewasa muda, diikuti oleh kelompok usia menjelang paruh baya, sementara sebagian lainnya berada pada fase usia lebih matang. Gambaran ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha dalam sektor tersebut banyak dijalankan oleh individu yang memiliki energi dan kapasitas adaptif yang kuat, sehingga lebih mudah mengikuti perubahan kebutuhan pasar dan perkembangan ide baru.

Dari sisi pendidikan terakhir, sebagian besar pelaku usaha memiliki latar belakang pendidikan menengah, sementara bagian lainnya telah menempuh pendidikan tinggi.

Ada juga kelompok kecil yang berpendidikan dasar. Keberagaman tingkat pendidikan ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha dilakukan oleh individu yang memiliki pemahaman praktis maupun konseptual yang memadai, sehingga dapat mendukung pengembangan usaha serta penerapan gagasan baru yang selaras dengan kebutuhan pasar.

Jika dilihat dari lamanya usaha berjalan, sebagian besar pelaku usaha telah menekuni kegiatan usahanya selama beberapa tahun. Sebagian lainnya berada pada tahap awal pengembangan usaha, sedangkan sebagian kecil sudah menjalankan usahanya dalam jangka yang lebih panjang. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa pengalaman dalam mengelola usaha cukup bervariasi, meskipun secara umum banyak pelaku usaha yang telah memiliki pengalaman yang cukup untuk membentuk pola kerja yang stabil dan menghasilkan kemampuan adaptasi yang lebih baik dalam menghadapi dinamika pasar.

Pada aspek permodalan, pelaku usaha umumnya mengelola modal dalam jumlah kecil hingga menengah. Sebagian terbesar berada pada kisaran modal menengah, diikuti kelompok yang memiliki modal rendah maupun modal

mendekati batas atas kategori ultra mikro. Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha dijalankan dengan sumber daya terbatas, namun tetap memiliki peluang berkembang karena pengelolaan modal yang cermat serta kemampuan memaksimalkan kreativitas dalam proses usaha.

Secara keseluruhan, ciri demografis tersebut memperlihatkan bahwa pelaku usaha ultra mikro makanan dan minuman didominasi oleh individu yang berada pada usia produktif, memiliki pendidikan yang cukup memadai, telah menjalankan usaha dalam jangka yang bervariasi, serta mengelola modal dalam skala kecil hingga menengah. Karakteristik tersebut menggambarkan kelompok pelaku usaha yang potensial untuk terus berkembang, terutama ketika didukung oleh kemampuan beradaptasi, keterbukaan terhadap ide baru, serta kemauan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia.

Dalam hubungan antara usia pelaku usaha dan usia usaha, tampak bahwa kelompok usia muda lebih banyak menjalankan usaha yang baru berdiri. Sebaliknya, kelompok usia yang lebih matang lebih banyak mengelola usaha yang telah berjalan dalam jangka lebih panjang. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan bahwa semakin bertambah usia

seseorang, semakin besar kemungkinan mereka mempertahankan usaha hingga mencapai tahap yang lebih stabil. Interaksi antara faktor usia dan pengalaman usaha tersebut menggambarkan dinamika yang wajar dalam perkembangan usaha ultra mikro, di mana semangat generasi muda bertemu dengan pengalaman generasi yang lebih matang dalam menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan.

Sebagian pelaku usaha yang berada pada rentang usia dewasa awal tampak memiliki usaha yang telah berjalan cukup lama. Banyak di antara mereka yang sudah mengelola kegiatan usahanya melewati beberapa tahun, bahkan ada yang mencapai durasi hampir satu dekade. Sementara itu, pelaku usaha yang masih berada pada usia sangat muda umumnya memulai kegiatan usahanya dalam waktu yang relatif singkat dan masih berada pada tahap awal pengembangan. Gambaran ini memperlihatkan bahwa pertambahan usia sering kali berkaitan dengan lamanya pengalaman seseorang dalam mengelola kegiatan usaha, sehingga memberikan pengaruh pada kestabilan dan pola pengambilan keputusan mereka.

Pendidikan terakhir para pelaku usaha menunjukkan variasi dalam besaran modal yang berhasil mereka himpun.

Mereka yang menamatkan pendidikan setingkat menengah atas tampak hadir dalam hampir seluruh kelompok besaran modal. Sementara itu, pelaku usaha yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang diploma maupun *undergraduate* lebih tampak pada kelompok modal yang berada pada kisaran menengah hingga mendekati kategori tinggi. Kondisi ini memberikan gambaran bahwa pendidikan dapat memberikan dorongan pada kemampuan seseorang untuk mengembangkan modal, meskipun tidak selalu menjadi satu-satunya penentu keberhasilan.

Uraian terkait pelaku usaha berpendidikan sekolah dasar yang mampu menghimpun modal hingga berada pada kategori tinggi memperlihatkan bahwa kesempatan mencapai perkembangan usaha tidak hanya dimiliki oleh mereka yang menempuh pendidikan tinggi. Walaupun jumlah pencapaiannya tidak sebanyak kelompok yang menempuh pendidikan sarjana, keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman hidup, keterampilan praktis, dan ketekunan dalam menjalankan usaha memiliki peranan penting dalam meningkatkan kemampuan mengelola keuangan usaha. Pada saat yang sama, kelompok berpendidikan tinggi tetap menunjukkan hasil yang lebih besar dalam jumlah orang yang berhasil mencapai tingkat modal

serupa, sehingga mencerminkan adanya keseimbangan antara kemampuan teoritis dan pengalaman terstruktur.

Pendidikan formal sering dipandang sebagai salah satu jalur untuk memperluas kemampuan seseorang dalam memahami pengelolaan usaha. Mereka yang menempuh pendidikan tinggi biasanya dibekali pemahaman teoretis, kemampuan mengelola informasi, dan akses pada lingkungan profesional yang lebih luas. Walaupun demikian, tidak semua lulusan perguruan tinggi secara langsung menjadikan bekal tersebut sebagai landasan utama untuk mengembangkan usaha pribadi. Banyak di antara mereka yang memilih jalur karir di perusahaan atau lembaga formal, sehingga perkembangan modal lebih bertumpu pada pendapatan tetap dan proses yang berlangsung bertahap.

Mereka yang menempuh pendidikan tinggi sering memiliki kecenderungan mempertimbangkan banyak aspek sebelum memulai usaha. Pendekatan yang teliti tersebut mampu menghasilkan perencanaan yang rapi, tetapi pada saat tertentu dapat membuat langkah awal menjadi lebih lambat. Hal ini berbeda dengan sebagian pelaku usaha yang memulai kegiatan bisnisnya secara langsung berdasarkan peluang yang tersedia, sehingga perkembangan usaha mereka terjadi lebih

cepat meskipun didukung oleh pengalaman praktis dan proses belajar mandiri.

Di sisi lain, sebagian lulusan perguruan tinggi memiliki kecenderungan mengembangkan usaha yang membutuhkan modal awal lebih besar dan konsep yang lebih terstruktur. Kondisi ini membuat perkembangan modal awal mereka membutuhkan waktu lebih panjang karena masih berada pada tahap perencanaan atau penempatan modal awal. Pada tahap ini, mereka belum sepenuhnya memasuki fase pengumpulan modal yang lebih signifikan.

Berdasarkan pembahasan tersebut, variasi pendidikan pelaku usaha memperlihatkan bahwa perkembangan modal tidak hanya ditentukan oleh jenjang pendidikan semata. Pengalaman, keberanian mencoba, kemampuan mengelola risiko secara praktis, serta pola interaksi dengan lingkungan usaha menjadi unsur yang berperan besar dalam menentukan arah perkembangan modal pelaku UMKM. Pendekatan yang beragam ini menunjukkan bahwa setiap pelaku usaha memiliki jalur perkembangan yang unik sesuai dengan pengalaman dan pemahaman yang mereka bangun sepanjang perjalanan usahanya.

Sebaliknya, keberhasilan beberapa pelaku usaha dengan latar belakang pendidikan dasar dapat dipahami melalui kecakapan yang mereka peroleh dari pengalaman hidup sehari-hari. Mereka yang bekerja sejak usia muda, tanpa dukungan pendidikan formal yang panjang, biasanya terlatih menghadapi berbagai situasi bisnis secara langsung sehingga membentuk keterampilan praktis yang sangat relevan dengan bidang usahanya.

1. Spesialisasi Keterampilan dan *Niche Market*

Kelompok pelaku usaha ini umumnya mengembangkan kemampuan teknis tertentu yang dibutuhkan dalam usaha berskala kecil, seperti jasa layanan sederhana atau produk yang dipasarkan pada segmen terbatas. Mereka beroperasi pada ruang usaha yang sering kurang diminati individu dengan pendidikan lebih tinggi. Pada ranah usaha seperti ini, modal dalam jumlah belasan juta rupiah sudah cukup berarti untuk memperbaiki peralatan, menambah stok barang, atau mendapatkan lokasi usaha yang lebih baik. Kondisi tersebut dapat memberikan dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan.

2. Manajemen Keuangan Sederhana dan Pola Reinvestasi yang Konsisten

Pelaku usaha mikro yang bertumpu pada pengalaman praktis umumnya menerapkan pencatatan keuangan yang sangat sederhana. Pendapatan bersih dari kegiatan harian sering diputar kembali menjadi modal kerja tanpa jeda waktu yang panjang. Kebiasaan memperbesar modal secara bertahap melalui reinvestasi yang berulang menjadikan pertumbuhan usaha lebih cepat, meskipun mereka tidak menggunakan sistem akuntansi formal. Bagi kelompok ini, modal dipahami sebagai aset nyata mulai dari barang dagangan hingga perlengkapan kerja bukan sekadar angka pada laporan keuangan.

Keberhasilan dalam mengelola usaha pada akhirnya berkaitan erat dengan sifat pribadi yang menunjang kegiatan wirausaha. Para pelaku usaha dengan pendidikan dasar yang mampu berkembang umumnya menunjukkan keberanian mengambil keputusan penting, ketekunan yang kuat, serta keinginan untuk terus maju meski menghadapi berbagai keterbatasan. Mereka terbiasa menghadapi risiko tanpa dukungan jaminan finansial seperti gaji tetap, sehingga dorongan untuk mempertahankan usaha menjadi lebih besar.

Ketika menghadapi hambatan, kegagalan dianggap sebagai pengalaman yang perlu dilalui guna memperbaiki langkah berikutnya.

Dalam lingkup usaha berskala sangat kecil, kepercayaan dan jaringan sosial sering memegang peranan lebih kuat dibandingkan gelar akademis. Pelaku usaha yang berhasil pada kategori ini biasanya memiliki hubungan baik dengan pemasok, pelanggan, maupun lingkungan sekitar yang mempermudah akses pada sumber daya nonformal. Akses tersebut dapat berupa tambahan modal berdasarkan kepercayaan, dukungan komunitas, atau informasi pasar yang cepat diterima. Bantuan serupa belum tentu tersedia bagi mereka yang lebih mengandalkan jalur kelembagaan formal.

Fenomena ini menunjukkan bahwa pendidikan formal memang memberi keuntungan, tetapi bukan satu-satunya penentu keberhasilan usaha. Individu dengan pendidikan tinggi tetap memiliki peluang lebih besar dalam mengembangkan usaha secara umum, namun keberhasilan juga dapat dicapai oleh mereka yang mengandalkan ketahanan diri, kecakapan praktis, dan pola pikir yang fokus pada perkembangan usaha. Keberhasilan pelaku usaha berpendidikan dasar tersebut menjadi contoh bahwa kemampuan manusia yang terbentuk

melalui pengalaman dan ketekunan dapat menjadi modal utama dalam dunia usaha.

Kesuksesan finansial dalam konteks usaha kecil sesungguhnya merupakan hasil interaksi antara unsur kognitif yang tumbuh melalui pendidikan formal dan unsur nonkognitif yang terbentuk dari pengalaman hidup, karakter, serta jaringan sosial. Dengan memahami hubungan kedua aspek ini, pengembangan program pemberdayaan usaha sebaiknya tidak terbatas pada peningkatan kompetensi akademis semata, tetapi juga memperkuat keterampilan praktis, ketangguhan pribadi, dan pola pikir produktif yang relevan bagi semua kalangan.

Kelompok pelaku usaha dari berbagai jenjang pendidikan yang berhasil mencapai tingkat modal usaha yang relatif sama memperlihatkan bahwa hubungan antara pendidikan dan pertumbuhan usaha tidak selalu mengikuti pola berjenjang. Terdapat kelompok dengan pendidikan dasar, menengah, hingga tinggi yang sama-sama mampu mencapai tingkatan modal usaha menengah. Pola tersebut menunjukkan bahwa peluang untuk berkembang terbuka bagi semua kelompok, sepanjang mereka dapat memanfaatkan pengalaman, jejaring, serta sumber daya yang tersedia.

Keterkaitan antara usia, pengalaman usaha, pendidikan, dan kemampuan memperbesar modal terlihat dari kecenderungan bahwa semakin matang pengalaman seseorang dalam mengelola usaha, semakin besar pula peluang pengembangan usahanya. Pendidikan yang lebih tinggi dapat memberikan keuntungan dalam memahami pengelolaan dan pengembangan usaha, namun pengalaman langsung dan kemampuan beradaptasi tetap menjadi bagian penting yang memengaruhi perkembangan bisnis secara keseluruhan.

Titik yang paling menonjol dalam uraian tersebut tampak pada adanya beberapa individu berpendidikan S1/S2 yang hanya mampu memulai usaha dengan modal yang sangat terbatas, yaitu pada kisaran modal awal paling rendah. Situasi ini menimbulkan pertanyaan tentang sejauh mana kemampuan manajerial yang mereka peroleh melalui pendidikan formal dapat diterapkan dalam kegiatan usaha berskala kecil. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan manajerial yang dipelajari di perguruan tinggi tidak selalu mudah diterapkan secara langsung pada usaha dengan skala yang sangat sederhana. Hal ini berkaitan dengan beberapa hal berikut.

a. Disparitas antara Teori dan Eksekusi di Sektor Mikro

Kemampuan manajerial yang diajarkan di perguruan tinggi seperti manajemen proyek, *strategic planning*, atau *SWOT analysis* umumnya dirancang untuk lingkungan usaha yang memiliki struktur lebih kompleks. Ketika diterapkan pada usaha berskala sangat kecil, konsep-konsep tersebut sering kali tidak relevan sepenuhnya. Fokus sebagian lulusan justru tertuju pada penyusunan rancangan usaha yang sangat detail, pencarian inovasi yang memerlukan biaya besar, serta keinginan memperoleh pendanaan dalam jumlah signifikan. Sementara itu, kebutuhan dasar usaha mikro justru terletak pada pengelolaan arus kas harian dan ketepatan eksekusi operasional yang sederhana.

Usaha berskala kecil biasanya berkaitan dengan kegiatan yang dianggap kurang sejalan dengan latar belakang akademik mereka, seperti usaha rumahan atau jasa sederhana. Persepsi tersebut membuat sebagian lulusan enggan terlibat pada kegiatan usaha yang dianggap tidak sesuai dengan kualifikasi pendidikan, sehingga perkembangan usaha yang dibangun menjadi terhambat sejak awal.

b. Dampak Beban Finansial dan Gaya Hidup

Walaupun telah dibekali pemahaman manajerial, pengelolaan keuangan pribadi lulusan perguruan tinggi sering kali jauh lebih kompleks. Berbagai komitmen finansial, termasuk kewajiban membayar pinjaman konsumtif dan kebutuhan hidup di kota besar, dapat mengurangi kemampuan mereka dalam mengalokasikan dana untuk memulai usaha.

Adanya dorongan untuk memenuhi gaya hidup tertentu seperti kebutuhan perangkat digital terbaru, tempat tinggal yang lebih layak, atau aktivitas rekreasi mendorong terjadinya pemborosan yang tidak selaras dengan prinsip pengelolaan modal yang sehat. Pada akhirnya, pemahaman manajerial yang bersifat teoritis tidak diiringi dengan praktik pengelolaan keuangan pribadi yang disiplin.

c. Fenomena Kurang Pemanfaatan Tenaga Kerja

Situasi kurangnya pemanfaatan tenaga kerja dapat menjadi salah satu penjelasan atas posisi empat orang lulusan perguruan tinggi yang memiliki modal sangat terbatas. Mereka kemungkinan sedang berada pada pekerjaan yang tidak sejalan dengan kemampuan dan latar belakang pendidikan yang dimiliki sehingga penghasilan yang diterima relatif kecil dan belum mampu membentuk cadangan dana yang memadai.

Kondisi lain yang juga mungkin terjadi ialah mereka baru memasuki dunia usaha atau sedang berada dalam masa perpindahan dari pekerjaan sebelumnya sehingga harus memulai kembali dari awal dengan kemampuan finansial yang masih sangat terbatas.

Kemampuan mengelola usaha yang bersifat teoretis tidak selalu menghasilkan capaian finansial yang stabil apabila tidak diiringi kemampuan mengatur keuangan pribadi dan penerapan langkah kerja yang sesuai dengan kebutuhan usaha berskala kecil. Kesenjangan antara rencana yang bersifat konseptual dan langkah konkret di tingkat operasional sering membuat mereka yang memiliki latar pendidikan lebih tinggi justru tidak cukup luwes menghadapi tantangan pada tahap awal usaha. Kondisi ini berbanding terbalik dengan kelompok berpendidikan lebih rendah yang justru memiliki ketangguhan dan kejelian dalam mengelola usaha mikro secara langsung.

Keberhasilan sejumlah responden dari kelompok pendidikan SD, SMP, dan SMA dapat dijelaskan melalui kemampuan mereka dalam mengembangkan keterampilan praktis serta penyesuaian diri yang cepat terhadap kebutuhan pasar. Bagi kelompok ini, pengalaman sehari-hari berperan sebagai sumber pemahaman yang sangat berharga dan

menjadi dasar utama dalam mengelola usaha. Mereka umumnya menguasai keterampilan spesifik yang relevan dengan kegiatan ekonomi lokal dan mampu membaca peluang pada *niche market* atau pasar sasaran tertentu di sektor informal. Pada ruang usaha semacam ini, dana sekitar lima belas hingga dua puluh juta rupiah sudah cukup untuk memperoleh perlengkapan yang dibutuhkan atau menambah persediaan sehingga pendapatan dapat meningkat dengan cepat.

Dorongan untuk mempertahankan kehidupan sehari-hari sering membuat individu berpendidikan rendah hingga menengah memiliki semangat pantang menyerah dan keberanian mengambil langkah yang terukur. Situasi yang menuntut ketangguhan ini membentuk cara pandang bahwa hambatan merupakan bagian dari proses untuk berkembang, bukan sesuatu yang harus ditakuti. Pandangan semacam ini membantu mereka bergerak lebih cepat ketika menghadapi kendala.

Pelaku usaha mikro dari kelompok pendidikan tersebut umumnya menerapkan cara pengaturan keuangan yang sederhana namun konsisten. Keuntungan yang diperoleh setiap hari biasanya langsung diputar kembali dalam bentuk

tambahan barang dagangan atau perluasan inventaris. Perputaran modal yang cepat dan disiplin inilah yang mempercepat pertumbuhan kemampuan finansial meskipun mereka tidak menggunakan sistem akuntansi formal. Bagi mereka, modal bukan sekadar angka, melainkan sarana usaha yang terus bergerak dan berkembang.

Perbedaan yang tampak antara sejumlah lulusan perguruan tinggi yang berhasil dan kelompok lain yang juga mencapai keberhasilan memperlihatkan bahwa pendidikan formal tidak selalu menjadi penentu utama kemampuan membangun modal pada skala usaha yang sangat kecil. Setiap kelompok memiliki jalur masing-masing dalam mengembangkan kapasitas diri, dan pengalaman hidup yang membentuk karakter kerja sering menjadi faktor yang tidak kalah penting dibandingkan latar akademik.

d. Fenomena Kurang Pemanfaatan Tenaga Kerja

Situasi yang menggambarkan empat orang berpendidikan tinggi dengan modal yang sangat terbatas menunjukkan bahwa mereka berada dalam kondisi yang belum sepenuhnya memberi ruang bagi kemampuan yang dimiliki. Mereka dapat saja menempati posisi kerja yang tidak setara dengan latar pendidikan mereka, sehingga pendapatan yang diterima

berada pada tingkat yang belum memungkinkan pembentukan modal. Pada beberapa keadaan, mereka mungkin sedang berada dalam masa awal merintis usaha atau berada pada fase pergantian pekerjaan sehingga harus memulai kembali dari dasar, membuat modal awal yang dimiliki masih sangat kecil.

Kemampuan manajerial yang bersifat konseptual tidak otomatis berubah menjadi keberhasilan dalam mengelola keuangan. Pada kelompok kecil ini, tantangan utamanya tampak pada pengelolaan pendapatan pribadi serta kesenjangan antara perencanaan yang bersifat umum dan pelaksanaan kegiatan usaha yang harus dijalankan secara langsung, sesuatu yang justru banyak dikuasai oleh individu dengan pendidikan yang lebih sederhana.

Keberhasilan kelompok lain yang berasal dari jenjang SD, SMP, dan SMA dapat dilihat dari kemampuan mereka dalam membangun keterampilan praktis dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar. Pengalaman menjadi dasar utama dalam pengembangan usaha, dan lingkungan sosial menjadi ruang belajar yang sangat efektif. Banyak dari mereka memiliki kemahiran yang kuat dalam bidang tertentu, termasuk keterampilan teknis atau kerajinan yang sangat diminati. Mereka biasanya memahami *niche market* atau pasar khusus

di bidang informal, misalnya perdagangan makanan tradisional. Dalam konteks ini, modal dalam kisaran belasan juta rupiah sudah memadai untuk memperoleh perlengkapan dasar yang diperlukan atau menambah stok barang sehingga pendapatan dapat meningkat dengan cepat.

Individu dari jenjang pendidikan rendah hingga menengah sering memiliki dorongan yang kuat untuk bertahan hidup. Dorongan ini membentuk ketabahan dan keberanian menghadapi risiko. Kegagalan dianggap sebagai bagian dari proses belajar, bukan sebagai hambatan yang mematahkan semangat. Sikap ini mempermudah mereka untuk cepat bangkit dan menyesuaikan strategi.

Pada kelompok ini, sistem keuangan usaha biasanya dikelola secara sederhana. Keuntungan harian langsung diputar kembali menjadi modal kerja, seperti membeli bahan baku atau menambah persediaan. Cara seperti ini membuat pertumbuhan modal berlangsung secara nyata meskipun tanpa penggunaan akuntansi formal. Bagi mereka, modal berfungsi sebagai aset yang harus bergerak agar usaha tetap hidup.

Perbedaan yang tampak antara jumlah lulusan S1/S2 yang berhasil dan individu dari jenjang pendidikan lain menunjukkan bahwa pendidikan formal memiliki peran sebagai

penunjang, namun tidak menjadi satu-satunya faktor penentu keberhasilan usaha berskala sangat kecil.

Kelompok SD, SMP, dan SMA pada umumnya menaruh kepercayaan tinggi kepada mitra usaha dan pelanggan. Mereka memegang keyakinan bahwa hubungan usaha terbangun atas dasar kejujuran, pembayaran yang lancar, serta jaringan yang kuat dengan sesama pelaku usaha maupun pemasok. Interaksi dalam komunitas usaha ultra mikro membuat mereka sering bertukar informasi dan saling membantu ketika menghadapi kesulitan.

Dalam praktiknya, dukungan sosial yang kuat melalui semangat kebersamaan membantu mereka dalam memperoleh modal informal. Modal dengan besaran puluhan juta rupiah dapat diperoleh dari pinjaman yang diberikan keluarga, komunitas, atau kelompok usaha tanpa syarat jaminan yang rumit. Berbeda dengan itu, lulusan S1/S2 lebih cenderung mengutamakan akses ke lembaga keuangan formal yang sering memiliki persyaratan administratif yang panjang sehingga menghasilkan proses memulai usaha yang tidak secepat kelompok lainnya.

Jalur pendidikan tinggi memberikan peluang tertentu dalam membangun usaha. Namun, keberhasilan kelompok lain

dari jenjang pendidikan dasar hingga menengah, bersamaan dengan tantangan yang dihadapi sebagian lulusan S1/S2 dengan modal awal yang sangat terbatas, memperlihatkan bahwa pendidikan formal berfungsi sebagai pendukung, bukan penentu mutlak.

Faktor yang sangat berpengaruh dalam dinamika ini adalah kemampuan untuk beradaptasi, keterampilan praktis yang berhubungan langsung dengan kebutuhan lapangan, serta etos usaha yang terbentuk dari pengalaman hidup. Bagi empat individu lulusan S1/S2 yang menghadapi keterbatasan modal, hambatan utamanya tampak pada pengelolaan keuangan pribadi serta penerapan konsep manajerial dalam skala usaha kecil. Gambaran ini menekankan pentingnya pembelajaran kewirausahaan yang bersifat inklusif, mudah diterapkan, dan berakar pada praktik kehidupan sehari-hari pada berbagai jenjang pendidikan.

Kelompok dengan pendidikan menengah memiliki jumlah yang lebih besar dibandingkan kelompok pendidikan lainnya. Kelompok ini tampak hadir pada berbagai tahap perkembangan usaha, mulai dari usaha yang masih baru hingga yang telah berjalan cukup lama. Pengelolaan modal pada kelompok tersebut umumnya berada pada kategori

menengah, yang menggambarkan bahwa mereka telah mencapai tahap pengelolaan yang relatif stabil meskipun belum seluruhnya berkembang ke skala modal yang lebih besar.

Pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi, terlihat kecenderungan bahwa pelaku usaha berada pada tahap usaha yang sudah berkembang dan mengelola modal yang lebih besar. Mereka yang berada pada tingkat pendidikan S1 atau S2 umumnya menjalankan usaha yang telah berlangsung cukup lama dan bergerak pada kategori modal yang lebih tinggi. Gambaran ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar pula peluang memiliki kemampuan pengelolaan usaha yang lebih matang, baik dalam perencanaan, pengelolaan modal, maupun pengembangan usaha.

Kelompok dengan pendidikan dasar cenderung berada pada tahap awal usaha dengan modal yang terbatas. Sebagian besar masih mengelola usaha berskala kecil dan berada pada tahap pertumbuhan awal. Hal tersebut menggambarkan perlunya penguatan kompetensi dalam mengelola keuangan, memahami dasar-dasar usaha, serta mengambil keputusan yang mendukung keberlanjutan bisnis.

Dari sisi pengalaman menjalankan usaha, tampak bahwa semakin panjang perjalanan seseorang dalam mengelola bisnis, semakin besar pula peluang untuk mengembangkan modal yang dikelola. Pada kelompok usaha yang telah berlangsung lebih dari delapan tahun, jumlah pelaku yang berada pada kategori modal lebih tinggi semakin meningkat. Hal ini memperlihatkan bahwa pengalaman memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk membangun pola manajemen yang lebih terarah, memperbaiki pengelolaan keuangan, memperluas jaringan, serta mengembangkan langkah inovatif yang membuat usaha tetap bertahan.

Tingkat pendidikan, lamanya usaha berjalan, dan kemampuan mengelola modal memiliki hubungan yang saling mendukung dalam membentuk keterampilan manajerial pelaku usaha ultra mikro. Pelaku usaha yang memiliki pendidikan lebih tinggi serta pengalaman yang lebih panjang cenderung lebih siap dalam memanfaatkan sumber daya, mengelola risiko, serta menyusun strategi yang mendukung kelangsungan usaha. Integrasi antara pengetahuan, pengalaman, *intellectual capital*, dan *social capital* berperan besar dalam menciptakan praktik manajemen yang efektif.

Pemahaman ini sejalan dengan pandangan bahwa pelaku usaha dengan jenjang pendidikan lebih tinggi umumnya lebih siap menghadapi dinamika pasar, meningkatkan penjualan, dan memperoleh keuntungan yang lebih stabil berkat kemampuan menerapkan pengetahuan yang dimiliki (Syafi'i et al., 2021). Pendidikan yang baik juga memberi landasan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, memiliki daya saing, serta mendorong peningkatan kinerja usaha (Mulyanti & Kaukab, 2020). Pandangan lain menegaskan bahwa banyak pelaku bisnis dengan pendidikan tinggi karena membangun usaha memerlukan wawasan yang luas sehingga mereka mampu menyusun rencana dan langkah strategis untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya (Solikha, 2020).

Pemahaman yang baik mengenai informasi akuntansi mendorong seorang pelaku usaha untuk memanfaatkan sistem tersebut dalam aktivitas bisnisnya, sebab ia mengetahui manfaat yang dapat diperoleh bagi pengelolaan usaha (Dewantoro, 2019). Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi umumnya memiliki kemampuan yang lebih matang dalam memahami sistem informasi akuntansi serta mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh pada kegiatan usaha. Hal ini berkaitan dengan penggunaan data akuntansi yang dapat mendukung proses pengambilan keputusan melalui

penyajian fakta mengenai kondisi usaha saat ini (Novianti et al., 2018).

Tingkat pendidikan yang semakin tinggi memberikan tambahan wawasan, sehingga membantu seseorang dalam menyelesaikan berbagai tugas dan menjadi dasar dalam mempertimbangkan langkah yang diambil (Fahiroh, 2022). Beragam latar belakang pendidikan para pelaku *Usaha ultra mikro* mulai dari pendidikan dasar hingga perguruan tinggi tidak sepenuhnya menentukan keberhasilan usaha. Selain pendidikan formal, pemahaman tentang akuntansi juga berperan penting. Pengetahuan akuntansi membantu pelaku usaha dalam membuat keputusan yang lebih terarah dan mendukung kelancaran aktivitas bisnis (Ramadhan & Astuning Saharsini, 2022). Semakin luas wawasan dan pengalaman seseorang mengenai informasi akuntansi, semakin baik pula kemampuannya dalam menjalankan usaha (Sovia, 2022).

Tingkat pendidikan turut berkontribusi pada peningkatan kualitas sumber daya manusia. Latar pendidikan yang lebih rendah dapat berpengaruh pada mutu laporan keuangan yang disusun, karena pemahaman yang dimiliki masih terbatas bila dibandingkan dengan mereka yang menempuh pendidikan lebih tinggi. Pemahaman akuntansi

umumnya membutuhkan pengetahuan yang diperoleh melalui jenjang pendidikan yang lebih lanjut, sehingga individu yang telah mempelajarinya dapat melihat berbagai manfaat dari penerapan sistem keuangan dalam kegiatan usaha (Kusuma, 2018).

Penggunaan sistem informasi akuntansi yang lebih intensif biasanya berkaitan dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Hal ini terjadi karena pengetahuan akuntansi dipelajari secara lebih mendalam pada jenjang pendidikan lanjutan. Individu dengan pendidikan tinggi dianggap lebih mampu memahami dan mengaplikasikan sistem informasi akuntansi dalam kegiatan usaha, sebab data akuntansi membantu mereka menilai kondisi dan tantangan bisnis yang sedang dihadapi (Novianti et al., 2018). Tingkat pendidikan berperan dalam membentuk kemampuan seseorang untuk memanfaatkan sistem informasi akuntansi secara efektif dalam pengelolaan usaha.

B. Modal dan Inovasi Usaha Ultra Mikro

Berbagai aspek yang berkaitan dengan *modal sosial* dipandang cukup baik oleh para pelaku usaha. Kejujuran dalam bertransaksi memperoleh penilaian yang sangat tinggi, menggambarkan bahwa menjaga integritas masih menjadi

kebiasaan penting dalam kegiatan usaha sehari-hari. Ketepatan dalam memenuhi kewajiban, termasuk pembayaran tepat waktu, juga diapresiasi dengan nilai yang hampir setara. Jaringan relasi yang luas serta kebiasaan bertukar informasi antarpelaku usaha terlihat kuat dan menjadi bagian dari pola interaksi yang mendukung kelancaran usaha. Sikap saling membantu saat menghadapi kesulitan serta keterlibatan dalam kegiatan komunitas juga memperoleh penilaian positif, mencerminkan bahwa hubungan sosial tetap menjadi pilar penting dalam aktivitas usaha.

Pada bagian yang berkaitan dengan *modal intelektual*, para pelaku usaha memberi apresiasi tinggi terhadap kemampuan dalam mengembangkan usaha. Nilai rata-rata yang sangat baik menunjukkan bahwa keterampilan untuk mengatur, merancang, dan memperbaiki kegiatan usaha telah berkembang dengan baik. Dukungan karyawan, kejelasan sistem kerja, serta penggunaan teknologi memberi kontribusi pada kelancaran aktivitas usaha. Sikap profesional dalam melayani pelanggan dan kemauan untuk menjaga kerja sama jangka panjang menunjukkan bahwa pelaku usaha memahami pentingnya kualitas layanan yang konsisten dan hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Aspek *inovasi* juga menunjukkan kecenderungan yang positif. Kemampuan memperkenalkan produk baru, meningkatkan mutu, serta memakai teknologi yang lebih mutakhir menandakan adanya dorongan untuk terus berkembang. Upaya memperbaiki proses kerja dan menggunakan cara promosi yang lebih segar, termasuk melalui *media sosial*, memperlihatkan adaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar. Nilai rata-rata yang stabil pada setiap indikator memperlihatkan bahwa kreativitas telah menjadi bagian dari pola pengembangan usaha.

Pada bagian *kinerja UMKM*, para pelaku usaha memberikan penilaian yang optimis. Peningkatan penjualan dan keuntungan dinilai cukup baik, mencerminkan adanya keyakinan bahwa usaha yang dijalankan mengalami pertumbuhan. Jumlah pelanggan yang terus bertambah juga dinilai sangat baik. Namun, kepuasan pelanggan atas produk masih berada pada tingkat yang lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini menjadi catatan bahwa penguatan kualitas produk tetap dibutuhkan agar pelanggan merasa semakin yakin dengan apa yang ditawarkan.

Penilaian terhadap *kemampuan manajerial* menunjukkan beragam kecenderungan. Kemampuan mengelola usaha secara

umum berada pada kategori sedang, yang mengindikasikan masih perlunya peningkatan keterampilan praktis dalam pengelolaan sehari-hari. Motivasi diri memperoleh nilai yang lebih tinggi, menandakan bahwa dorongan pribadi tetap menjadi kekuatan utama dalam mempertahankan usaha. Kemampuan menjalin hubungan baik dan menyampaikan gagasan dalam komunitas juga berada pada tingkat yang cukup baik, meskipun masih bisa ditingkatkan. Kerja sama dengan komunitas dan upaya menjaga hubungan yang harmonis dinilai positif, menggambarkan bahwa pelaku usaha memiliki kesadaran untuk membangun koneksi sosial yang bermanfaat bagi perkembangan usaha.

Secara umum, seluruh indikator memperlihatkan bahwa pelaku usaha memiliki fondasi sosial, intelektual, dan inovatif yang cukup kuat. Meski demikian, beberapa aspek seperti kepuasan pelanggan dan pengelolaan manajerial sehari-hari masih dapat diperkuat agar perkembangan usaha menjadi lebih optimal dan berkelanjutan.

Pelaku usaha mikro umumnya menunjukkan kemampuan yang baik dalam membangun hubungan sosial, menumbuhkan kepercayaan, dan bekerja sama dengan sesama pelaku usaha maupun komunitas di sekitarnya. Kejujuran dalam transaksi

dan ketepatan dalam memenuhi komitmen finansial menjadi hal yang dijunjung tinggi, sementara pertukaran informasi dan bantuan antar sesama pelaku usaha memperkuat jaringan dan mendukung keberlangsungan usaha. Keterlibatan dalam kegiatan komunitas tidak hanya mempererat hubungan sosial, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan usaha melalui jejaring yang lebih luas. Secara keseluruhan, kekuatan hubungan sosial menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan usaha mikro di tengah dinamika pasar.

Kemampuan intelektual pelaku usaha juga memainkan peran penting. Pengetahuan, keterampilan, dan inovasi memungkinkan mereka mengelola usaha dengan baik, menciptakan strategi baru, dan memanfaatkan peluang pasar. Dukungan dari karyawan atau tim kerja turut memperkuat kapasitas ini, karena kerja sama yang harmonis memungkinkan pencapaian tujuan bersama. Penggunaan teknologi, sikap profesional terhadap pelanggan, dan penerapan prosedur kerja yang jelas mencerminkan adaptasi terhadap perubahan, efisiensi, serta kemampuan mempertahankan kualitas layanan dan reputasi usaha. Dengan kombinasi modal sosial dan intelektual yang kuat, pelaku usaha mikro mampu menghadapi tantangan, meningkatkan kinerja, dan menjaga keberlanjutan usahanya secara berkelanjutan.

Pelaku usaha mikro menunjukkan kemampuan yang baik dalam membangun kemitraan jangka panjang dengan berbagai mitra, termasuk pemasok, pelanggan, dan pihak terkait lainnya. Hubungan yang berkelanjutan ini memperkuat jaringan bisnis sekaligus menjaga stabilitas operasional usaha. Secara keseluruhan, modal intelektual yang dimiliki mencakup keterampilan, dukungan dari sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, dan kemampuan membina hubungan jangka panjang, sehingga menjadi fondasi yang penting dalam meningkatkan daya saing, inovasi, dan ketahanan usaha, terutama di tengah perubahan ekonomi dan transformasi digital yang terus berlangsung.

Pelaku usaha mikro memiliki kemampuan inovatif yang tinggi, yang tercermin dari kemampuan mereka menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide-ide baru dalam produk, proses, maupun strategi pemasaran. Pemanfaatan teknologi baru menjadi salah satu bentuk inovasi yang menonjol, menunjukkan kesadaran akan pentingnya transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar. Perbaikan kualitas produk menjadi perhatian utama untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan menghadapi persaingan yang semakin ketat, sedangkan pengembangan produk baru dan perbaikan proses kerja mencerminkan

keaktivitas, orientasi pasar, serta upaya meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional. Dengan kombinasi kemampuan intelektual dan inovatif ini, pelaku usaha mikro mampu beradaptasi, meningkatkan kualitas layanan, dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar.

Pelaku usaha mikro telah mulai menerapkan strategi promosi yang lebih kreatif, termasuk pemanfaatan media digital, program loyalitas pelanggan, dan penawaran khusus. Inovasi dalam promosi ini berperan penting untuk meningkatkan visibilitas usaha serta menarik minat konsumen baru. Penggunaan media sosial juga telah menjadi bagian dari strategi pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan, dengan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok membantu memperluas jangkauan pasar dan membangun interaksi langsung dengan konsumen. Secara keseluruhan, pelaku usaha mikro menunjukkan tingkat inovasi yang tinggi, baik dalam pengembangan produk, pemanfaatan teknologi, perbaikan proses kerja, maupun strategi pemasaran, yang menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing, efisiensi, dan keberlanjutan usaha di era ekonomi digital.

Kinerja usaha mikro mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mencapai hasil optimal dari aspek penjualan,

keuntungan, dan kepuasan pelanggan. Secara umum, kinerja usaha tergolong baik hingga sangat baik, dengan pertumbuhan jumlah pelanggan menjadi salah satu indikator yang menonjol. Peningkatan jumlah pelanggan menandakan permintaan yang meningkat terhadap produk atau jasa, serta efektivitas strategi pemasaran. Volume penjualan dan keuntungan juga mengalami tren positif, menunjukkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola biaya, menetapkan harga, dan mengoptimalkan produksi. Namun, kepuasan pelanggan masih perlu diperhatikan, karena sebagian konsumen merasa layanan atau produk belum sepenuhnya memenuhi harapan. Upaya peningkatan mutu produk, pelayanan purna jual, dan komunikasi dengan pelanggan menjadi kunci untuk memperkuat pertumbuhan dan loyalitas konsumen.

Kemampuan manajerial pelaku usaha mikro mencakup pengelolaan sumber daya, motivasi diri, dan hubungan sosial yang mendukung keberhasilan usaha. Mayoritas pelaku usaha menunjukkan motivasi internal yang kuat, yang menjadi fondasi penting dalam menjaga ketekunan dan semangat bekerja meskipun menghadapi tantangan ekonomi. Kapasitas manajerial ini menjadi faktor penentu keberhasilan operasional dan keberlanjutan usaha, karena mendukung pengambilan

keputusan, koordinasi tim, dan pencapaian tujuan bisnis secara efektif.

Pelaku Usaha ultra mikro menunjukkan keterlibatan aktif dalam membangun jejaring sosial dan kerja sama bisnis melalui komunitas usaha, yang tercermin dari kemampuan mereka dalam bekerja sama dan menjaga hubungan baik. Kolaborasi ini memungkinkan pertukaran informasi, perluasan jaringan pemasaran, dan peningkatan daya saing usaha. Namun, kemampuan dalam menyampaikan ide dan menjalin hubungan secara efektif dalam komunitas masih dapat ditingkatkan, karena elemen komunikasi yang kuat menjadi kunci dalam membangun reputasi serta memperkuat posisi usaha dalam ekosistem bisnis lokal.

Sebagian pelaku usaha masih menunjukkan variasi dalam kemampuan menjalankan usaha secara teknis dan manajerial, termasuk dalam perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian operasional. Hal ini menandakan pentingnya pengembangan keterampilan manajerial melalui pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, kapasitas manajerial pelaku Usaha ultra mikro berada pada tingkat baik, terutama dalam hal motivasi diri dan kemampuan bekerja sama, namun penguatan kepemimpinan, perencanaan

usaha, dan komunikasi bisnis menjadi aspek penting untuk mendukung pertumbuhan dan kinerja jangka panjang.

C. Pendekatan Sistematis dalam Pengelolaan Aspek Usaha Ultra Mikro

Dalam menjalankan kegiatan usaha, pengelolaan data dan informasi dapat dilakukan dengan pendekatan yang sistematis untuk memahami hubungan antar unsur yang memengaruhi kinerja usaha. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah *Partial Least Squares (PLS)*, yang memungkinkan pemahaman mengenai interaksi antar variabel, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pendekatan ini efektif diterapkan pada model yang relatif kompleks, bahkan ketika jumlah data yang tersedia terbatas, dan tidak memerlukan asumsi distribusi normal yang ketat. Penerapan metode ini berguna untuk memprediksi hubungan antar aspek yang membentuk kapasitas dan kinerja usaha.

Proses evaluasi dalam pendekatan ini dibagi menjadi dua bagian utama. Pertama, evaluasi *outer model* yang digunakan untuk menilai kualitas indikator yang membentuk masing-masing aspek usaha. Penilaian ini mencakup validitas konvergen melalui pengukuran sejauh mana indikator merepresentasikan aspek yang dimaksud, validitas diskriminan

untuk memastikan setiap indikator berbeda secara signifikan dengan aspek lain, serta reliabilitas konstruk yang menegaskan konsistensi dan kestabilan pengukuran dalam menangkap karakteristik aspek tersebut.

Berbagai aspek yang mendukung keberhasilan suatu usaha mencerminkan kualitas dan konsistensi pengelolaan bisnis. Setiap indikator yang digunakan untuk menilai aspek-aspek tersebut memiliki kemampuan yang baik dalam menangkap karakteristik inti dari variabel yang diukur. Modal sosial, misalnya, menunjukkan konsistensi tinggi dalam mencerminkan tingkat kepercayaan, jaringan, dan partisipasi sosial pelaku usaha, sementara modal intelektual, inovasi, kemampuan manajerial, dan kinerja Usaha ultra mikro juga menunjukkan keterandalan yang serupa. Seluruh aspek ini saling terkait dan mendukung pengembangan strategi untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan keberlanjutan usaha. Bahkan pengaruh tambahan yang bersifat moderasi menunjukkan keselarasan penuh, menegaskan bahwa seluruh elemen usaha dapat diintegrasikan untuk memperkuat daya saing dan inovasi dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang.

Dalam konteks usaha, setiap variabel yang menjadi penentu kinerja menunjukkan konsistensi yang baik, artinya aspek-aspek yang membentuk variabel tersebut saling mendukung dan mampu mencerminkan karakteristik usaha secara stabil. Hubungan antar indikator dalam setiap variabel juga menunjukkan keterkaitan yang kuat, sehingga keseluruhan aspek dapat menjelaskan kondisi usaha dengan jelas dan konsisten.

Sebagian besar memiliki kemampuan yang tinggi untuk menjelaskan karakteristik inti usaha. Misalnya, kemampuan manajerial terlihat sangat kuat dalam mendukung pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha sehari-hari. Begitu pula, aspek inovasi, meskipun memiliki variasi nilai, tetap menunjukkan kreativitas dan adaptasi yang memadai dalam mengembangkan produk, proses, maupun strategi pemasaran. Variabel interaksi antar faktor, seperti efek moderasi, terbentuk secara otomatis dan memberikan kontribusi tetap terhadap keseluruhan model, sehingga hubungan antar faktor dapat diamati dengan jelas.

Secara umum, setiap variabel dapat dibedakan dengan baik dari variabel lain, menunjukkan bahwa masing-masing aspek memiliki peran unik dalam membangun usaha. Sinergi

antara modal sosial, modal intelektual, kemampuan manajerial, inovasi, serta faktor pendukung lainnya menciptakan fondasi yang kuat bagi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Hal ini menegaskan bahwa keseimbangan antara kejujuran, keterampilan, inovasi, dan kerja sama menjadi kunci dalam mencapai keberhasilan usaha secara menyeluruh.

Setiap variabel dalam usaha memiliki kemampuan yang jelas untuk mencerminkan karakteristiknya sendiri tanpa tumpang tindih dengan variabel lain. Nilai yang menunjukkan kekuatan hubungan internal masing-masing variabel lebih tinggi dibandingkan dengan hubungan antar variabel lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap aspek usaha dapat dibedakan dengan jelas dan memberikan kontribusi yang konsisten dalam mendukung kegiatan usaha secara menyeluruh.

Setiap indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel menunjukkan hubungan terkuat dengan variabel yang diwakilinya, sementara keterkaitan dengan variabel lain lebih rendah. Hal ini menandakan bahwa setiap elemen benar-benar mencerminkan karakteristik variabelnya. Model pengukuran yang digunakan mampu menunjukkan perbedaan dan keunikan masing-masing aspek usaha, sehingga memberikan gambaran

yang jelas dan dapat diandalkan mengenai hubungan antar elemen dalam kegiatan usaha.

Berbagai elemen dalam usaha saling terhubung dan berjalan seimbang, sehingga setiap bagian memberikan informasi yang jelas dan berbeda. Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak ada satu pun unsur yang mendominasi atau menutupi yang lain, sehingga seluruh aspek usaha dapat terlihat secara utuh dan dipahami dengan baik.

Setiap aspek, termasuk kepercayaan sosial, kemampuan manajerial, inovasi, dan kinerja usaha, bekerja secara mandiri namun saling melengkapi. Bahkan ketika kepercayaan sosial dikaitkan dengan kemampuan manajerial, hubungan tersebut tetap stabil dan seimbang. Kondisi ini menegaskan bahwa seluruh indikator mampu digunakan secara efektif untuk memahami berbagai dimensi penting dalam pengelolaan dan perkembangan usaha, tanpa adanya tumpang tindih atau kehilangan informasi.

Dalam menjalankan usaha, berbagai aspek seperti kepercayaan, kemampuan intelektual, inovasi, kinerja, dan kemampuan manajerial saling berkaitan, namun masing-masing memiliki peran yang unik. Keseimbangan hubungan antar aspek ini memastikan bahwa setiap elemen dapat

berkontribusi secara optimal tanpa menutupi atau mendominasi elemen lainnya.

Kepercayaan dalam jaringan sosial, misalnya, memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang kokoh dengan mitra dan pelanggan, sementara kemampuan intelektual dan kreativitas membantu dalam pengambilan keputusan serta pengembangan usaha. Inovasi memungkinkan usaha menyesuaikan diri dengan perubahan dan menciptakan peluang baru, sedangkan kinerja usaha mencerminkan hasil dari upaya yang dijalankan. Kemampuan manajerial memastikan seluruh proses berjalan teratur dan efisien, serta mendukung kolaborasi tim.

Interaksi antar elemen tersebut terjadi secara harmonis, sehingga tidak ada aspek yang saling mengganggu atau menurunkan efektivitas yang lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa semua komponen bekerja secara sinergis untuk menciptakan fondasi yang kuat bagi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Pemahaman menyeluruh terhadap hubungan antar aspek ini penting untuk mengelola usaha secara lebih efektif, meningkatkan daya saing, dan memaksimalkan potensi yang ada.

BAB 4

MODEL, SINERGI, DAN PENINGKATAN KINERJA USAHA ULTRA MIKRO

A. Model Struktural (*Inner Model*)

Berbagai aspek usaha saling berkaitan dan membentuk keseimbangan, sehingga masing-masing memberikan kontribusi yang nyata terhadap keberlangsungan dan kemajuan usaha. Hubungan ini menunjukkan bagaimana elemen-elemen seperti modal sosial, modal intelektual, inovasi, dan kemampuan manajerial saling memperkuat, memungkinkan perkembangan ide baru dan peningkatan kinerja secara menyeluruh. Kombinasi dari semua aspek tersebut menciptakan sinergi yang mendukung efektivitas operasional, meningkatkan daya saing, dan mempermudah adaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha. Keterpaduan ini menegaskan bahwa setiap elemen memiliki peran penting dalam membentuk fondasi yang kokoh bagi keberhasilan dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Berbagai aspek dalam usaha saling terkait dan saling mendukung, sehingga masing-masing memberikan kontribusi yang jelas bagi keberhasilan dan perkembangan usaha secara menyeluruh. Modal sosial berperan penting dalam memperkuat jejaring dan kerja sama dengan berbagai pihak, sementara kemampuan intelektual mendorong lahirnya ide-ide baru dan strategi inovatif. Inovasi sendiri menjadi penggerak utama dalam meningkatkan kualitas produk atau layanan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing usaha. Kemampuan manajerial memastikan pengelolaan sumber daya, proses operasional, dan koordinasi tim berlangsung secara efisien, sehingga usaha dapat berkembang secara teratur dan berkesinambungan.

Harmonisasi antara modal sosial, kemampuan intelektual, inovasi, dan manajerial membentuk fondasi yang kokoh bagi stabilitas dan pertumbuhan usaha. Sinergi antar elemen ini memungkinkan usaha menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis dan tantangan ekonomi, sambil menjaga konsistensi kualitas dan kepuasan pelanggan. Dengan dukungan dari berbagai aspek yang seimbang, usaha mampu mempertahankan keberlanjutan, meningkatkan produktivitas, serta membuka peluang pengembangan baru yang

berkelanjutan, sehingga menjadi lebih tangguh dan adaptif dalam menghadapi dinamika pasar modern.

B. Sinergi Modal dan Inovasi dalam Kinerja Usaha Ultra Mikro

1. Modal Sosial dan Kinerja Usaha Ultra Mikro

Modal sosial merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi kinerja pelaku Usaha ultra mikro. Tingkat kepercayaan, jaringan, dan solidaritas antarindividu dapat memperkuat kemampuan usaha dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Semakin kuat hubungan sosial yang terjalin, semakin mudah pelaku usaha mengakses informasi, memanfaatkan peluang kolaborasi, dan meningkatkan aktivitas usaha. Pandangan ini diperkuat oleh Aisjah et al., (2024); Ojokuku, R. M, (2024); Ibeku (2024); Muna, (2024); dan Welhelmina (2024), yang menekankan bahwa jaringan sosial yang baik menjadi dasar dalam pengembangan usaha dan peningkatan kinerja.

2. Modal Sosial dan Kemampuan Berinovasi

Selain berperan pada kinerja, modal sosial juga mendukung kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi. Hubungan sosial yang erat memudahkan pertukaran gagasan dan pengetahuan,

sehingga tercipta peluang untuk mengembangkan produk, memperbaiki proses kerja, maupun menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Semakin kuat interaksi dan rasa saling percaya antaranggota komunitas usaha, semakin tinggi kemampuan mereka untuk menciptakan ide-ide baru yang bermanfaat bagi pertumbuhan usaha. Hal ini selaras dengan pendapat Ozgun, (2022); Rehman et al., (2021); dan Rustiarini et al., (2022), yang menekankan peran interaksi sosial dalam mendorong kreativitas dan inovasi.

3. Modal Intelektual dan Kinerja Usaha Ultra Mikro

Modal intelektual juga menjadi faktor utama yang memengaruhi kinerja Usaha ultra mikro. Penguasaan pengetahuan, keterampilan, serta penerapan sistem kerja yang efektif memberikan fondasi yang kuat bagi peningkatan kinerja usaha. Semakin matang kemampuan yang dimiliki pelaku usaha dalam mengelola sumber daya dan proses bisnis, semakin optimal hasil yang dicapai. Pandangan ini sejalan dengan *Resource-Based View* (Barney, 1991) dan dijelaskan oleh Sohu, (2024); Ali & Castro, (2025); Prasad & Mondal, (2025); Shahbaz & Ahmad, (2024); dan Zahid et al., (2024), bahwa modal intelektual merupakan elemen penting dalam pengembangan kinerja usaha.

4. Modal Intelektual dan Inovasi

Kemampuan intelektual juga mendukung terciptanya inovasi di kalangan pelaku Usaha ultra mikro. Pengetahuan yang mendalam, keterampilan yang terasah, serta kreativitas individu memungkinkan pengembangan ide-ide baru yang bermanfaat bagi usaha. Semakin tinggi penguasaan modal intelektual, semakin besar kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi yang efektif, baik dari sisi produk maupun proses. Hal ini diperkuat oleh Beltramino (2021); Rideg, (2023); dan Aljuboori (2022), yang menegaskan bahwa kreativitas dan pengetahuan individu menjadi fondasi penting dalam pembentukan inovasi organisasi.

5. Peran Inovasi dalam Peningkatan Kinerja Usaha Ultra Mikro

Inovasi memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan Usaha ultra mikro. Kegiatan inovatif dapat diwujudkan melalui pengembangan produk baru, penyempurnaan proses kerja, maupun pemanfaatan teknologi terkini. Semakin sering pelaku usaha menerapkan ide-ide baru, semakin meningkat kemampuan usaha untuk menghasilkan kinerja yang lebih optimal. Hama dan Cavusoglu (2023); Vijayakumar & Chandrasekar (2022); Faturachman (2023); dan Beltramino

(2021) menekankan bahwa inovasi merupakan motor penggerak pertumbuhan ekonomi serta peningkatan daya saing usaha.

6. Inovasi sebagai Penghubung Modal Sosial dan Modal Intelektual dengan Kinerja

Selain berdampak langsung, inovasi juga menjadi penghubung antara modal sosial maupun modal intelektual dengan kinerja usaha. Hubungan sosial yang baik, seperti kepercayaan, kerja sama, dan pertukaran informasi, mendorong terciptanya ide-ide baru yang meningkatkan kualitas produk dan proses bisnis. Begitu pula, pengelolaan modal intelektual yang mencakup pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan sistem kerja yang efektif, mendukung munculnya inovasi yang memperkuat kinerja usaha. Pandangan ini sejalan dengan Kanini (2022); Aljuboori et al., (2022); Khalique (2022); dan Saleh & Koliby (2024), yang menekankan bahwa jejaring sosial dan pengetahuan menjadi sumber utama bagi pengembangan inovasi dalam organisasi.

7. Modal Intelektual sebagai Dasar Terbentuknya Inovasi

Penguasaan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman menjadi fondasi penting bagi kemampuan inovasi. Semakin baik pengelolaan sumber daya intelektual, semakin besar

peluang usaha untuk menghadirkan inovasi yang berdampak pada peningkatan penjualan, keuntungan, maupun kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa modal intelektual berperan sebagai sumber daya strategis yang mendukung inovasi berkelanjutan dan menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing usaha.

8. Kemampuan Manajerial dan Pengaruhnya terhadap Kinerja

Kemampuan manajerial merupakan faktor yang secara langsung memengaruhi hasil usaha. Keterampilan kepemimpinan, pengambilan keputusan, serta komunikasi yang efektif mendukung tercapainya target dan kelancaran operasional Usaha ultra mikro. Hama & Cavusoglu (2023); Aljuboori (2022); Rustiarini (2022); Vijayakumar & Chandrasekar (2022); dan Faturachman (2023) menekankan pentingnya kemampuan manajerial sebagai penggerak utama keberhasilan organisasi.

Meskipun kemampuan manajerial berperan penting, pengaruhnya bersifat langsung dan tidak selalu memperkuat hubungan antara modal sosial atau modal intelektual dengan kinerja. Dengan kata lain, kemampuan ini berdiri sebagai faktor penentu kinerja secara mandiri, bukan sebagai penghubung

antara variabel lainnya. Pandangan ini berbeda dari sebagian literatur sebelumnya yang menekankan peran manajerial sebagai mediator, seperti Kanini (2022); Aljuboori et al., (2022); Khalique (2022); dan Saleh & Koliby (2024).

Modal sosial, modal intelektual, dan inovasi menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan Usaha ultra mikro. Pelaku usaha yang mampu membangun kepercayaan, memanfaatkan pengetahuan, dan menerapkan ide-ide baru akan mengalami peningkatan yang nyata dalam berbagai aspek usaha, termasuk pertumbuhan penjualan, keuntungan, dan jumlah pelanggan. Kemampuan manajerial juga memegang peran strategis dalam mengoptimalkan penerapan modal sosial dan intelektual, sehingga potensi sumber daya dan inovasi dapat dimanfaatkan secara maksimal. Keterampilan kepemimpinan, perencanaan usaha, serta komunikasi yang efektif memungkinkan pelaku usaha mengambil keputusan yang tepat dan menjalankan usaha secara lebih efisien.

Sinergi antara modal sosial, modal intelektual, inovasi, dan kemampuan manajerial menjadi penentu utama dalam memperkuat daya saing serta menjaga keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah. Hubungan yang harmonis antara unsur-unsur tersebut mendukung peningkatan kinerja secara

menyeluruh. Dengan pengelolaan yang baik, perpaduan antara jaringan sosial yang kuat, penguasaan pengetahuan, kreativitas dalam inovasi, dan kemampuan manajerial dapat menjadi fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan dan kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

C. Korelasi Modal, Inovasi, dan Kinerja Usaha Ultra Mikro

1. Pentingnya Modal Sosial bagi Kinerja Usaha Ultra Mikro

Modal sosial menjadi elemen penting yang membantu keberhasilan Usaha ultra mikro. Hubungan yang terjalin antara pelaku usaha dengan sesama pengusaha, pelanggan, dan komunitas sekitar dapat mendukung kelancaran operasional dan keberlanjutan usaha. Jaringan sosial, rasa saling percaya, dan norma kerja sama memberikan akses terhadap informasi, dukungan moral, serta peluang kolaborasi yang sulit diperoleh secara individu. Putnam (1993) menjelaskan bahwa modal sosial terdiri dari jaringan (*networks*), norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi serta kerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Jaringan sosial yang kuat memungkinkan pelaku usaha lebih cepat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar,

mengakses sumber daya, dan menjangkau pelanggan lebih luas. Keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh sumber daya fisik atau finansial, tetapi juga oleh kualitas hubungan sosial yang terpelihara secara berkelanjutan. Jaringan yang solid mempermudah pertukaran ide, akses pasar, dan kerja sama yang mendorong efisiensi serta inovasi. Pembentukan komunitas berbasis kepercayaan dan kolaborasi dalam rantai pasok lokal menjadi strategi efektif untuk mendukung usaha yang tangguh, adaptif, dan berdaya saing.

Modal sosial juga berperan sebagai aset tak berwujud yang memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi dan meningkatkan kinerja. Konsep modal sosial (*social capital*) mencakup jaringan hubungan, nilai, dan norma yang mendukung tindakan kolektif serta kerja sama saling menguntungkan. Modal sosial tidak hanya terkait hubungan interpersonal, tetapi juga mencakup rasa saling percaya, gotong royong, dan solidaritas sosial yang menjadi dasar interaksi ekonomi dan sosial dalam komunitas bisnis. Dalam Usaha ultra mikro, modal sosial tercermin melalui hubungan dengan pelanggan, pemasok, komunitas, dan sesama pelaku usaha dalam kelompok atau asosiasi.

Modal sosial memiliki tiga dimensi utama. Pertama, dimensi struktural yang meliputi jaringan dan hubungan sosial; kedua, dimensi relasional berupa kepercayaan dan rasa saling menghormati; ketiga, dimensi kognitif yang mencakup pemahaman dan nilai bersama. Ketiga dimensi ini saling melengkapi untuk membentuk lingkungan sosial yang mendukung pertukaran informasi, kerja sama, dan pembelajaran bersama, yang pada akhirnya memperkuat kemampuan inovasi pelaku usaha.

Modal sosial juga dapat menjadi mekanisme pengendalian informal yang menggantikan aturan formal dalam transaksi. Kepercayaan dan norma sosial dapat mengurangi biaya transaksi, mempercepat pengambilan keputusan, dan meningkatkan efisiensi kerja sama antar pelaku usaha. Hubungan jangka panjang antara pemasok dan pedagang kecil, misalnya, seringkali berlandaskan reputasi dan kepercayaan, bukan kontrak tertulis. Kondisi ini memungkinkan usaha beroperasi lebih fleksibel dan adaptif terhadap perubahan permintaan pasar.

Nilai-nilai seperti kejujuran dalam bertransaksi, pembayaran tepat waktu, dan saling membantu menjadi

fondasi hubungan yang stabil. Hal ini membuka peluang kolaborasi dan menumbuhkan iklim inovasi yang berkelanjutan.

Penguatan modal sosial dapat dilakukan melalui pembentukan komunitas bisnis lokal, forum komunikasi antar pelaku usaha, koperasi, dan jaringan kemitraan lintas sektor. Pemerintah daerah dan lembaga pendukung usaha perlu menciptakan ekosistem sosial yang mendukung kolaborasi, transparansi, dan pertukaran informasi. Dengan jaringan sosial yang kuat, usaha ultra mikro memperoleh manfaat ekonomi sekaligus memperkuat daya tahan sosial dalam menghadapi tantangan dan disrupsi pasar.

Modal sosial bukan sekadar faktor sosial, melainkan aset ekonomi strategis. Nilai-nilai seperti kejujuran, kepercayaan, dan kolaborasi menjadi keunggulan yang sulit ditiru oleh pesaing. Penguatan modal sosial sebaiknya menjadi bagian integral dari strategi pengembangan usaha agar dapat tumbuh berkelanjutan, inovatif, dan adaptif terhadap dinamika pasar.

2. Peran Modal Sosial dalam Mendukung Inovasi Usaha Ultra Mikro

Modal sosial memiliki peran sentral dalam mendorong inovasi pada usaha ultra mikro. Hubungan yang terjalin antara pelaku usaha dengan sesama pengusaha, pelanggan, maupun

komunitas menciptakan ruang bagi ide-ide baru dan pertukaran informasi yang mendukung pengembangan produk, layanan, serta proses bisnis. Semakin kuat kepercayaan, jaringan, dan kolaborasi yang dimiliki, semakin besar pula kemampuan pelaku usaha untuk berinovasi dan menyesuaikan usaha dengan tuntutan pasar. Kekuatan hubungan sosial ini ikut meningkatkan produktivitas sekaligus daya saing usaha.

Sebagai sumber daya yang muncul dari interaksi sosial, jaringan, dan kepercayaan, modal sosial memfasilitasi kerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Jaringan sosial yang kuat memungkinkan pelaku usaha memperoleh akses terhadap informasi pasar, teknologi baru, dan praktik bisnis yang inovatif. Kepercayaan antar anggota komunitas bisnis memudahkan kerja sama dan menurunkan hambatan transaksi, sementara interaksi yang intens mempercepat aliran ide dan pengetahuan, sehingga pelaku usaha mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan.

Partisipasi aktif dalam komunitas, asosiasi, atau kelompok wirausaha mempercepat pengembangan produk dan pemanfaatan teknologi baru dibandingkan usaha yang berjalan sendiri. Dari sudut pandang *Resource-Based View* (Barney, 1991), modal sosial dapat dianggap sebagai aset tidak

berwujud (*intangible asset*) yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan. Jaringan sosial yang solid memperluas akses pelaku usaha terhadap pengetahuan baru, pemasok, pelanggan, dan peluang pasar yang mendukung inovasi.

Modal sosial menjadi fondasi bagi terciptanya inovasi. Hubungan yang saling percaya, keterlibatan aktif dalam komunitas, dan jaringan luas membantu pelaku usaha memperoleh inspirasi dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan produk, layanan, maupun proses bisnis yang kreatif. Penguatan jejaring, pembentukan komunitas wirausaha kreatif, dan peningkatan kepercayaan sosial menjadi strategi penting untuk mempercepat inovasi dan transformasi usaha di sektor mikro dan menengah.

Di era transformasi digital, modal sosial berkembang menjadi jaringan kolaboratif digital yang memperluas interaksi dan mempercepat inovasi. Digitalisasi membuka peluang komunikasi melalui media sosial, *marketplace*, komunitas daring, dan forum bisnis *online*, sehingga pelaku usaha kecil dapat membangun hubungan yang lebih luas dan lintas batas geografis. Modal sosial yang kuat di ranah digital menjadi

faktor kunci bagi adaptasi dan pengembangan inovasi dalam menghadapi dinamika pasar modern.

Jaringan sosial digital mempercepat penyebaran inovasi melalui pertukaran pengetahuan, pengalaman, dan rekomendasi antar pelaku usaha. Pelaku usaha yang aktif dalam jejaring digital memperoleh informasi mengenai tren pasar, teknologi baru, dan strategi pemasaran yang efektif. Hubungan sosial, baik offline maupun *online*, menjadi landasan penting untuk peningkatan inovasi.

Lebih jauh, modal sosial digital memungkinkan pembelajaran bersama (*collective learning*) antar pelaku usaha. Melalui komunitas daring, forum e-commerce, atau pelatihan virtual, pengusaha dapat saling berbagi praktik terbaik, memperkenalkan produk baru, dan mendiskusikan tantangan dalam produksi maupun pemasaran. Proses ini memperkaya pengetahuan kolektif dan menghasilkan inovasi berbasis kolaborasi. Inovasi tidak hanya lahir dari dalam organisasi, tetapi juga dari jaringan sosial yang lebih luas.

Modal sosial digital meningkatkan kepercayaan (*trust*) dan reputasi daring (*online reputation*), yang menjadi modal penting bagi keberhasilan inovasi dan pemasaran. Usaha dengan reputasi baik lebih mudah memperoleh kepercayaan

konsumen dan mitra bisnis, sehingga inovasi produk atau model bisnis dapat diterima lebih cepat. Kepercayaan ini tercipta melalui ulasan positif, interaksi aktif di media sosial, serta transparansi dalam komunikasi dan layanan.

Di Indonesia, di mana usaha ultra mikro memegang peran strategis dalam perekonomian, penguatan modal sosial digital menjadi langkah penting untuk meningkatkan daya saing. Pemerintah dan lembaga pendukung dapat memfasilitasi pelatihan literasi digital, jaringan bisnis daring, serta ekosistem digital yang inklusif. Modal sosial tidak hanya memperkuat hubungan tradisional, tetapi juga menjadi fondasi bagi inovasi digital dan transformasi usaha menuju ekonomi berbasis pengetahuan.

Sinergi antara modal sosial dan inovasi digital menjadi kunci peningkatan kinerja usaha ultra mikro di tengah ketidakpastian pasar. Hubungan sosial yang kuat, baik offline maupun *online*, memungkinkan pelaku usaha memperoleh informasi, ide, dan dukungan yang relevan untuk menciptakan inovasi yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan perilaku konsumen. Strategi penguatan modal sosial perlu diarahkan pada pengembangan komunitas lokal dan jaringan

digital, sehingga memperluas peluang inovasi dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

3. Peran Modal Intelektual dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Ultra Mikro

Modal intelektual memainkan peran penting dalam memperkuat kinerja usaha ultra mikro. Kemampuan pengetahuan, keterampilan, serta inovasi yang dimiliki pelaku usaha menjadi faktor utama dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing. Semakin tinggi penguasaan modal intelektual, semakin besar kemampuan pelaku usaha untuk mengelola sumber daya, memahami kebutuhan pasar, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

Modal intelektual terdiri atas tiga komponen utama: *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. *Human capital* berkaitan dengan kompetensi, kreativitas, dan pengalaman individu; *structural capital* meliputi sistem, proses, dan budaya organisasi yang mendukung kinerja; sedangkan *relational capital* mencakup hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra eksternal. Ketiga komponen ini bersama-sama membentuk fondasi yang kokoh bagi peningkatan kinerja usaha. Pengelolaan modal intelektual yang baik mendukung

terciptanya inovasi, efisiensi proses, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Pelaku usaha yang menekankan pelatihan, digitalisasi, dan pengelolaan informasi cenderung mampu meningkatkan penjualan dan membangun loyalitas pelanggan. Pemanfaatan pengetahuan dan teknologi tidak hanya memperkuat efisiensi operasional, tetapi juga meningkatkan posisi kompetitif usaha ultra mikro di pasar yang dinamis. Modal intelektual menjadi sumber daya strategis yang memungkinkan terciptanya inovasi berkelanjutan dan kinerja unggul, sekaligus menjadi aset yang menentukan keberhasilan usaha dalam ekonomi berbasis pengetahuan.

Ketiga komponen modal intelektual saling mendukung untuk menciptakan nilai ekonomi dan daya saing berkelanjutan. *Human capital* mendorong kreativitas dan kompetensi individu, *structural capital* menata sistem dan prosedur kerja yang efisien, sedangkan *relational capital* memperkuat hubungan dengan pihak eksternal yang strategis. Modal intelektual menjadi “otak” yang menggerakkan seluruh proses bisnis, mulai dari inovasi hingga peningkatan efisiensi dan keunggulan kompetitif.

Sebagai sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan sulit digantikan (*VRIN resources*), modal intelektual memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang. Pengetahuan, kemampuan manajerial, kreativitas, dan hubungan sosial yang dimiliki pelaku usaha sulit direplikasi oleh pihak lain, sehingga pengelolaannya menjadi faktor strategis untuk kesuksesan usaha. Pengembangan modal intelektual terkait erat dengan peningkatan produktivitas, inovasi, dan profitabilitas melalui penggunaan sumber daya secara efisien.

Dalam konteks usaha ultra mikro di Indonesia, penguatan modal intelektual mencerminkan pentingnya kualitas sumber daya manusia dan sistem manajemen internal. Pelaku usaha yang memiliki pengetahuan teknis, kemampuan inovatif, serta dukungan karyawan yang kompeten mampu mengoptimalkan proses produksi dan layanan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun loyalitas pasar.

Indikator seperti kemampuan mengembangkan usaha, penggunaan teknologi, serta kerja sama jangka panjang dengan pelanggan menunjukkan bahwa unsur-unsur modal intelektual telah terinternalisasi dalam kegiatan bisnis. *Structural capital* mencakup sistem kerja yang efisien,

sedangkan *relational capital* tercermin dari hubungan baik dengan pelanggan dan mitra yang memperkuat stabilitas kinerja usaha.

Modal intelektual juga berperan langsung dalam mendorong inovasi. Pengetahuan dan pengalaman pelaku usaha menjadi dasar pengembangan produk baru, penerapan teknologi digital, serta perbaikan proses produksi. Modal intelektual tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga mendukung pertumbuhan berkelanjutan melalui inovasi dan adaptasi terhadap pasar.

Secara praktis, penguatan modal intelektual dapat dilakukan melalui program peningkatan kompetensi, digitalisasi usaha, dan penguatan jejaring pengetahuan antar pelaku usaha. Pelaku usaha perlu menanamkan budaya belajar dan berbagi pengetahuan (*knowledge sharing culture*) agar pembelajaran organisasi dapat berlangsung secara berkesinambungan.

Modal intelektual menjadi pendorong utama peningkatan kinerja usaha ultra mikro. Pengelolaan sumber daya pengetahuan yang baik memungkinkan pelaku usaha meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing. Di tengah dinamika pasar dan perkembangan teknologi,

penguatan modal intelektual menjadi kunci bagi keberlanjutan usaha dan pertumbuhan ekonomi sektor ultra mikro di masa depan.

4. Peran Modal Intelektual dalam Mendorong Inovasi Usaha Ultra Mikro

Modal intelektual menjadi salah satu faktor utama yang mendorong lahirnya inovasi dalam usaha ultra mikro. Kemampuan pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan pengelolaan organisasi berperan penting dalam menciptakan ide-ide baru, produk, proses, maupun strategi bisnis yang lebih efektif dan adaptif. Semakin kuat penguasaan modal intelektual, semakin besar pula kapasitas pelaku usaha untuk mengembangkan inovasi yang memberikan nilai tambah bagi usaha.

Komponen modal intelektual mencakup *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. *Human capital* mencerminkan kompetensi, kreativitas, dan pengalaman individu yang menjadi sumber utama penciptaan solusi kreatif. *Structural capital* meliputi sistem, prosedur, dan budaya kerja yang mendukung inovasi berkelanjutan. Sedangkan *relational capital* berkaitan dengan hubungan baik dengan pelanggan, pemasok, dan mitra usaha, yang mempercepat penerapan ide

baru. Ketiga komponen ini bersama-sama membentuk fondasi yang memungkinkan usaha mengelola pengetahuan secara optimal dan memanfaatkan sumber daya untuk inovasi.

Dalam usaha ultra mikro, modal intelektual berfungsi sebagai kunci adaptasi terhadap perubahan teknologi dan pasar. Pelaku usaha yang berinvestasi pada pelatihan, penguasaan teknologi, dan pengembangan sistem kerja berbasis informasi menunjukkan kemampuan inovasi yang lebih tinggi, terutama dalam menciptakan produk baru, meningkatkan layanan, dan memperluas jaringan distribusi.

Dari perspektif *Resource-Based View* (Barney, 1991), modal intelektual merupakan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Hal ini menjadikannya sumber utama inovasi berkelanjutan yang memungkinkan usaha ultra mikro mempertahankan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang.

Selain menjadi sumber daya internal, modal intelektual juga mendorong inovasi melalui pemanfaatan pengetahuan, pengalaman, sistem manajemen, dan hubungan eksternal. Penerapan kapasitas sumber daya manusia yang unggul dan sistem kerja yang terstruktur mempercepat adopsi teknologi

serta penyebaran ide baru, sehingga usaha mampu bersaing di era digital dan pasar yang dinamis.

Praktik pengelolaan modal intelektual terlihat dari kemampuan usaha mengembangkan produk, memanfaatkan teknologi, dan menetapkan sistem kerja yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya berasal dari kreativitas individu, tetapi juga dari dukungan organisasi yang memungkinkan pembelajaran, kolaborasi, dan penerapan teknologi secara efektif.

Modal intelektual mendorong inovasi melalui dua jalur utama: pengembangan produk dan layanan, serta inovasi proses dan manajerial. Pengembangan produk mencakup penciptaan varian baru, perbaikan desain, dan penyesuaian fitur sesuai kebutuhan konsumen. Inovasi proses dan manajerial mencakup penggunaan teknologi digital, perbaikan sistem produksi, dan pengelolaan informasi yang lebih efisien.

Kekuatan modal intelektual membantu usaha ultra mikro meningkatkan kecepatan adaptasi terhadap tren pasar dan penerapan teknologi baru. Pengetahuan yang terus diperbarui melalui pelatihan dan interaksi sosial mendorong inovasi berkelanjutan (*sustainable innovation*), sehingga usaha

mampu menciptakan produk dan proses yang relevan dan tahan lama.

Penguatan modal intelektual harus menjadi prioritas strategi pengembangan usaha ultra mikro. Pemerintah dan lembaga pendukung dapat menyediakan pelatihan berbasis teknologi, literasi digital, dan program inkubasi inovasi untuk memperluas kapasitas pengetahuan dan kreativitas. Pelaku usaha sendiri perlu menumbuhkan budaya berbagi pengetahuan (*knowledge sharing culture*), kolaborasi, dan pembelajaran berkelanjutan agar ide-ide inovatif terus berkembang.

Dengan modal intelektual yang kuat, usaha ultra mikro memiliki kemampuan menciptakan inovasi yang adaptif, relevan, dan berdaya saing. Pengelolaan sumber daya manusia, sistem kerja, dan hubungan eksternal yang optimal menjadikan inovasi sebagai landasan pertumbuhan usaha di pasar yang dinamis dan kompetitif.

5. Inovasi dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha Ultra Mikro

Inovasi memiliki peran penting dalam peningkatan kinerja Usaha ultra mikro. Semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan oleh pelaku usaha, semakin besar peluang

tercapainya kemajuan dalam aspek penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan efisiensi operasional. Inovasi menjadi faktor utama bagi usaha ini untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pasar, kemajuan teknologi, dan persaingan yang semakin ketat di era digital.

Proses inovatif mendorong terciptanya perubahan yang menggantikan metode lama yang kurang efisien dengan pendekatan baru yang lebih produktif. Dalam praktiknya, inovasi dapat diwujudkan melalui pengembangan produk, penyempurnaan proses produksi, penerapan teknologi digital, maupun strategi pemasaran yang kreatif. Pelaku usaha yang fokus pada penerapan teknologi terbaru dan diversifikasi produk menunjukkan orientasi kuat terhadap adaptasi dan daya saing yang lebih tinggi.

Inovasi juga berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan perluasan pasar. Penerapan inovasi dalam organisasi dan teknologi berdampak pada efektivitas operasional dan pertumbuhan usaha. Berdasarkan perspektif *Dynamic Capability* (Teece, Pisano, & Shuen, 1997), kemampuan inovatif memungkinkan organisasi untuk mengenali peluang, memanfaatkan sumber daya yang tersedia, dan menata kembali proses internal secara adaptif sesuai

dengan perubahan lingkungan. Hal ini menegaskan bahwa inovasi bukan hanya aktivitas kreatif, melainkan strategi yang mendukung pembelajaran berkelanjutan dan perbaikan berkesinambungan.

Bagi Usaha ultra mikro, kemampuan berinovasi secara konsisten baik melalui pengembangan produk, penyempurnaan proses, maupun pemanfaatan teknologi digital meningkatkan peluang bertahan dan berkembang di tengah ketidakpastian pasar. Upaya penguatan ekosistem inovasi dari pihak pemerintah dan lembaga pendukung sangat diperlukan, melalui akses pelatihan teknologi, pembiayaan inovatif, serta kolaborasi lintas sektor.

Secara teori, pandangan Schumpeter (1934) menekankan bahwa inovasi menjadi motor utama pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kinerja usaha. Inovasi memungkinkan terciptanya nilai baru melalui pembaruan produk, proses, dan model bisnis, yang mendorong efisiensi dan perluasan pangsa pasar. Organisasi yang cepat dalam mengadopsi inovasi memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan unggul dibandingkan yang lambat menyesuaikan diri.

Orientasi inovatif berdampak langsung pada kemampuan organisasi dalam menghadirkan produk berkualitas, mempercepat proses, dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen, sehingga meningkatkan pendapatan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks Usaha ultra mikro, inovasi menjadi strategi penting untuk keluar dari stagnasi dan meningkatkan nilai tambah produk lokal.

Indikator inovasi yang umum digunakan meliputi pengembangan produk baru, penerapan teknologi, peningkatan kualitas layanan, serta strategi pemasaran kreatif. Pelaku Usaha ultra mikro yang memanfaatkan teknologi digital, media sosial, dan sistem pembayaran modern menunjukkan penerapan inovasi dalam praktik sehari-hari, baik untuk memperluas pasar maupun meningkatkan efisiensi.

Inovasi berfungsi sebagai pendorong utama peningkatan kinerja melalui beberapa mekanisme. Pertama, efisiensi operasional, di mana proses inovatif mengurangi biaya dan waktu kerja. Kedua, diferensiasi produk dan layanan, yang memberikan nilai unik bagi konsumen. Ketiga, fleksibilitas dan adaptasi, memungkinkan usaha menyesuaikan strategi bisnis dengan cepat sesuai perubahan permintaan.

Inovasi memperkuat keunggulan kompetitif. Dalam era digital, kemampuan inovatif menjadi faktor pembeda utama antara usaha yang berhasil bertahan dan yang tertinggal. Keberhasilan inovasi sangat dipengaruhi oleh dukungan modal sosial, modal intelektual, dan kemampuan manajerial. Lingkungan yang mendorong kreativitas, pembelajaran berkelanjutan, dan kolaborasi antar pelaku usaha menjadi fondasi lahirnya inovasi.

Secara praktis, pengembangan inovasi memiliki implikasi penting bagi pembuat kebijakan dan lembaga pendukung. Pemerintah dan lembaga pembiayaan dapat memperkuat ekosistem inovasi melalui pelatihan teknologi, inkubasi usaha, dan akses pendanaan yang mendukung pengembangan produk dan layanan baru. Kolaborasi dengan perguruan tinggi dan institusi pengetahuan juga memperkuat inovasi berbasis pengetahuan (*knowledge-based innovation*).

Inovasi merupakan faktor utama yang meningkatkan kinerja Usaha ultra mikro. Ketika pelaku usaha mampu menciptakan inovasi produk dan proses secara berkelanjutan, mereka tidak hanya meningkatkan efisiensi dan keuntungan, tetapi juga memperkuat posisi dalam rantai nilai. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan kapasitas inovasi

seharusnya menjadi bagian integral dari strategi pembangunan ekonomi berbasis UMKM di Indonesia.

6. Inovasi Memediasi Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha Ultra Mikro

Usaha ultra mikro memiliki peran strategis dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, dan menjaga stabilitas kehidupan masyarakat. Daya saing usaha ini di era digital semakin bergantung pada kemampuan mereka untuk beradaptasi dan berinovasi menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Salah satu faktor yang mendukung kemampuan inovatif tersebut adalah modal sosial.

Modal sosial mencakup jaringan hubungan antar individu, kepercayaan, norma, dan nilai bersama yang memungkinkan terjadinya kolaborasi yang produktif. Namun, modal sosial sendiri tidak otomatis meningkatkan kinerja usaha. Efektivitasnya baru terlihat ketika modal sosial tersebut diterjemahkan menjadi inovasi dalam praktik operasional.

Inovasi adalah kemampuan menciptakan, mengembangkan, atau menerapkan ide-ide baru pada produk, proses, atau model bisnis sehingga memberikan nilai tambah bagi pelanggan (Schumpeter, 1934). Inovasi dapat diwujudkan

dalam berbagai bentuk, termasuk inovasi produk, proses, pemasaran, maupun organisasi. Dalam konteks Usaha ultra mikro, inovasi tidak selalu memerlukan teknologi canggih, tetapi bisa berupa penyesuaian strategi pemasaran, pengemasan, pelayanan pelanggan, atau pengelolaan keuangan yang lebih efisien. Inovasi menjadi sarana bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan peluang dari jejaring sosial yang dimiliki serta menyesuaikan diri dengan perubahan selera pasar dan kemajuan teknologi.

Modal sosial menyediakan dukungan berupa akses informasi, sumber daya, dan peluang kolaborasi. Namun, kinerja usaha meningkat apabila pelaku usaha mampu mengubah modal sosial tersebut menjadi inovasi nyata. Interaksi sosial yang intensif memunculkan ide dan pengetahuan baru, sementara jaringan yang luas memungkinkan pelaku usaha memperoleh informasi pasar, tren teknologi, dan peluang bisnis yang tidak tersedia melalui saluran formal (Burt, 2004). Kepercayaan antar anggota jaringan mempercepat aliran informasi dan meminimalkan biaya kerja sama.

Dalam hal ini, modal sosial berfungsi sebagai katalis bagi inovasi. Pelaku usaha yang memiliki jaringan luas lebih mudah

mendapatkan inspirasi, meniru praktik terbaik, atau bekerja sama dalam menciptakan produk dan layanan baru. Inovasi kemudian menjadi instrumen penting untuk meningkatkan kinerja organisasi, termasuk melalui peningkatan efisiensi operasional, pengurangan biaya produksi, perluasan pasar, serta peningkatan kepuasan pelanggan.

Penerapan inovasi pada produk dan proses memberikan dampak nyata terhadap daya saing Usaha ultra mikro. Misalnya, inovasi kemasan produk meningkatkan daya tarik konsumen, sementara inovasi proses produksi dapat menurunkan biaya dan meningkatkan kualitas. Inovasi berperan langsung sebagai penghubung antara modal sosial dan peningkatan kinerja usaha, menjadikannya elemen penting dalam pengembangan Usaha ultra mikro yang adaptif dan berkelanjutan.

7. Inovasi Memediasi Modal Intelektual terhadap Kinerja Usaha Ultra Mikro

Dalam era ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*), keberhasilan dan daya saing Usaha ultra mikro tidak hanya ditentukan oleh modal fisik dan finansial, tetapi juga oleh pengelolaan modal intelektual. Modal intelektual mencakup pengetahuan, keterampilan, pengalaman, serta

struktur organisasi yang dimiliki, yang menjadi sumber strategis untuk mendorong lahirnya inovasi. Inovasi ini pada gilirannya berkontribusi dalam peningkatan kinerja usaha.

Hubungan antara modal intelektual dan kinerja tidak selalu bersifat langsung. Modal intelektual baru memberikan dampak nyata ketika dikonversi menjadi inovasi, baik dalam bentuk produk, proses, maupun praktik manajerial. Inovasi berperan sebagai jembatan yang menyampaikan pengaruh modal intelektual terhadap kinerja Usaha ultra mikro.

Pelaku usaha ultra mikro umumnya memiliki pengetahuan lokal dan keterampilan khas, namun belum semua mampu mengubah pengetahuan tersebut menjadi inovasi yang memberi nilai ekonomi. Inovasi menjadi mediator penting untuk memahami bagaimana modal intelektual benar-benar mempengaruhi kinerja Usaha ultra mikro.

8. Kemampuan Manajerial Memoderasi Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha Ultra Mikro

Kemampuan manajerial mencakup kapasitas untuk merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan sumber daya organisasi agar tujuan tercapai. Dalam teori manajemen, kemampuan ini dipandang dapat memperkuat pengaruh modal sosial terhadap kinerja usaha.

Namun, dalam praktik Usaha ultra mikro, pengaruh moderasi kemampuan manajerial tidak selalu tampak.

Sebagian besar Usaha ultra mikro masih dikelola secara mandiri oleh pemilik usaha. Fungsi manajerial formal sering belum diterapkan, sehingga jaringan sosial dan hubungan bisnis berjalan lebih banyak melalui kepercayaan personal dan pengalaman praktis. Keterbatasan dalam pendidikan dan pelatihan manajemen juga membuat kemampuan manajerial belum maksimal dalam mengelola potensi jaringan sosial.

Walaupun kemampuan manajerial tidak memperkuat hubungan antara modal sosial dan kinerja secara signifikan, hal ini tidak mengurangi pentingnya kemampuan manajerial itu sendiri. Justru kemampuan ini tetap berperan langsung dalam mendorong kinerja, misalnya melalui peningkatan efisiensi operasional, pengelolaan sumber daya, dan strategi pengembangan usaha. Dengan kata lain, kemampuan manajerial lebih berfungsi sebagai faktor independen yang mendorong kinerja usaha daripada sebagai variabel yang memperkuat pengaruh faktor lain.

Dalam konteks usaha kecil dan menengah, pemilik sering merangkap sebagai manajer. Akibatnya, peran kemampuan manajerial tidak terpisah sebagai variabel moderasi, melainkan

sudah menjadi bagian integral dari pengelolaan usaha. Faktor-faktor kontekstual seperti homogenitas kemampuan manajerial, budaya organisasi yang mapan, serta peran kepemilikan membuat efek moderasi sulit muncul. Dalam banyak kasus, sistem kerja dan pola keputusan yang sudah baku membatasi ruang bagi kemampuan manajerial untuk memoderasi hubungan antara modal sosial dan kinerja.

Secara praktis, penguatan kapasitas manajerial tetap penting bagi Usaha ultra mikro. Pelatihan perencanaan, kepemimpinan, dan pengelolaan sumber daya dapat membantu pemilik usaha memaksimalkan potensi modal sosial yang dimiliki, sehingga jejaring sosial dan kemitraan bisnis dapat dijadikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Ketidaksignifikanan kemampuan manajerial sebagai faktor yang memperkuat hubungan antar variabel dapat dijelaskan melalui teori *dynamic capability* (Teece et al., 1997). Teori ini menyatakan bahwa kemampuan manajerial menjadi sangat berarti ketika organisasi berada dalam lingkungan yang berubah cepat, menuntut adaptasi strategis dan pengambilan keputusan kompleks. Sebaliknya, jika organisasi beroperasi dalam kondisi yang relatif stabil atau dengan rutinitas operasional sederhana, peran kemampuan manajerial tidak

terlalu menentukan hasil hubungan antar variabel. Dalam banyak kasus, proses kerja yang sederhana tidak memerlukan pengambilan keputusan strategis, sehingga efek moderasi dari kemampuan manajerial cenderung tidak muncul. Ketika struktur organisasi masih sederhana, koordinasi dan pengawasan sering dilakukan secara informal. Dalam kondisi seperti ini, pengaruh kemampuan manajerial terhadap kinerja bersifat langsung, tanpa perlu diperkuat melalui mekanisme manajerial formal.

Faktor lain yang memengaruhi ketidaksignifikanan moderasi adalah dominasi faktor eksternal, seperti kebijakan pemerintah, kondisi pasar, atau dukungan lembaga keuangan. Ketika faktor-faktor eksternal tersebut lebih menentukan kinerja organisasi, pengaruh internal, termasuk kemampuan manajerial, menjadi relatif kurang signifikan. Misalnya, pada masa krisis atau pandemi, akses terhadap modal dan kebijakan pemerintah dapat lebih memengaruhi keberlangsungan usaha dibandingkan kemampuan manajerial individu. Dalam situasi seperti itu, keputusan strategis banyak dipengaruhi oleh faktor di luar kendali manajer, sehingga kemampuan manajerial tidak memperkuat hubungan antar variabel. Perubahan pasar yang cepat akibat digitalisasi dan persaingan global juga membuat praktik manajerial konvensional kurang relevan. Jika

kemampuan manajerial masih berfokus pada aspek administratif dan pengendalian internal, maka kemampuannya tidak mampu memoderasi hubungan yang menuntut adaptasi dan inovasi.

Dari sisi metodologis, ketidaksignifikanan dapat timbul karena keterbatasan desain dan alat pengukuran. Dalam model Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), efek moderasi sulit terlihat apabila ukuran sampel kecil, variabel moderasi memiliki variasi rendah, atau terjadi *multicollinearity* antara variabel utama dan interaksi. Penggunaan skala penilaian yang sempit dan jawaban responden yang cenderung menengah membuat distribusi data kurang bervariasi, sehingga interaksi antara variabel utama dan kemampuan manajerial tidak menunjukkan pengaruh yang nyata. Ketidaktepatan dalam mendefinisikan variabel moderasi misalnya menempatkan kemampuan manajerial sebagai moderator padahal lebih tepat sebagai mediasi dapat menyebabkan efek interaksi tidak terdeteksi.

Ketidaksignifikanan kemampuan manajerial sebagai moderator dapat dijelaskan oleh tiga kelompok faktor utama:

- a. Kemampuan manajerial mungkin kurang relevan sebagai moderator pada kondisi tertentu, terutama ketika

- hubungan antar variabel bersifat langsung dan tidak memerlukan keputusan strategis kompleks.
- b. Homogenitas kemampuan, budaya organisasi yang kaku, serta dominasi faktor eksternal membuat peran moderasi sulit muncul.
 - c. Keterbatasan pengukuran, bias persepsi, dan ketidaktepatan model statistik dapat menyebabkan interaksi antar variabel tidak terdeteksi.

BAB 5

PENUTUP

Usaha ultra mikro merupakan pilar penting dalam struktur perekonomian, terutama karena kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Keberhasilan usaha ini tidak hanya ditentukan oleh skala usaha, tetapi juga oleh kemampuan pelaku dalam mengelola sumber daya secara optimal. Kemampuan tersebut mencakup pengelolaan modal, inovasi produk, strategi pemasaran, serta penyesuaian terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Usaha ultra mikro bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga medium pengembangan kapasitas individu dan komunitas.

Modal memiliki peran fundamental dalam pengembangan usaha ultra mikro. Modal tidak hanya diartikan sebagai dana atau aset finansial, tetapi juga mencakup modal manusia, modal sosial, dan modal jaringan yang saling mendukung. Modal manusia mencakup keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan adaptasi pelaku usaha,

sementara modal sosial dan jaringan menciptakan kesempatan untuk memperoleh dukungan, kemitraan, dan akses pasar yang lebih luas. Sinergi antar berbagai bentuk modal ini menjadi pondasi yang memungkinkan usaha ultra mikro tumbuh secara berkelanjutan.

Inovasi menjadi faktor penentu dalam peningkatan daya saing dan kelangsungan usaha ultra mikro. Pelaku usaha yang mampu menciptakan produk baru, mengembangkan proses produksi yang lebih efisien, atau menyesuaikan layanan dengan kebutuhan konsumen, akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang. Inovasi tidak selalu memerlukan skala besar; bahkan perubahan sederhana yang berdampak pada kualitas produk atau efisiensi operasional dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan.

Hubungan antara modal dan inovasi bersifat saling menguatkan. Modal yang tersedia memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk bereksperimen, melakukan pengembangan produk, dan menguji strategi baru. Sebaliknya, inovasi yang efektif dapat memaksimalkan pemanfaatan modal, meningkatkan efisiensi, dan mendorong pertumbuhan usaha. Keduanya membentuk siklus yang memperkuat kinerja usaha secara keseluruhan.

Karakteristik pelaku usaha ultra mikro juga memengaruhi cara usaha dijalankan dan dikembangkan. Pelaku usaha biasanya memiliki keterbatasan sumber daya, namun seringkali menampilkan tingkat kreativitas dan kemampuan adaptasi yang tinggi. Pelaku usaha yang mampu menggabungkan modal, keterampilan, dan kreativitas cenderung mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dengan lebih efektif. Faktor manusia ini menjadi elemen strategis yang menentukan keberhasilan usaha ultra mikro.

Pendekatan sistematis dalam pengelolaan usaha ultra mikro menjadi salah satu kunci peningkatan kinerja. Dengan perencanaan yang matang, pengendalian proses yang tepat, serta evaluasi berkala, risiko usaha dapat diminimalkan dan keputusan strategis dapat diambil dengan lebih akurat. Pendekatan ini membantu pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada operasional harian, tetapi juga pada pengembangan jangka panjang yang berkelanjutan.

Model struktural atau inner model yang menghubungkan modal, inovasi, dan karakteristik pelaku usaha memberikan kerangka analisis yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja. Model ini menunjukkan bahwa kinerja

usaha ultra mikro merupakan hasil interaksi kompleks antara elemen internal dan eksternal. Dengan memahami hubungan ini, pelaku usaha dapat merancang strategi yang lebih efektif dan menyesuaikan prioritas pengelolaan modal serta inovasi sesuai dengan kebutuhan spesifik usaha.

Sinergi antara modal dan inovasi menjadi penentu utama pencapaian kinerja optimal. Integrasi yang baik antara kedua aspek ini menghasilkan produk dan layanan yang kreatif, efisien, dan relevan dengan kebutuhan pasar. Usaha ultra mikro yang mampu mengelola sinergi ini dengan baik memiliki kemampuan untuk tumbuh lebih cepat, meningkatkan pangsa pasar, dan mempertahankan keberlanjutan usaha meskipun menghadapi persaingan yang ketat.

Selain faktor internal, dukungan lingkungan eksternal juga menjadi elemen penting dalam pengembangan usaha ultra mikro. Kebijakan pemerintah yang mendukung, kemudahan akses permodalan, serta jaringan pasar yang luas memberikan kesempatan tambahan bagi pelaku usaha untuk berkembang. Pelaku usaha yang mampu memanfaatkan sumber daya eksternal secara strategis memperoleh keuntungan kompetitif dan peluang pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan yang mengandalkan sumber daya internal semata.

Pengembangan usaha ultra mikro memerlukan perhatian menyeluruh terhadap modal, inovasi, dan kreativitas pelaku usaha. Sinergi antara ketiganya membentuk fondasi bagi pertumbuhan yang stabil, berkelanjutan, dan berdampak luas terhadap ekonomi lokal maupun nasional. Dengan pengelolaan yang tepat, usaha ultra mikro tidak hanya mampu meningkatkan kinerja ekonominya, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kapasitas individu, pemberdayaan masyarakat, dan pembangunan ekonomi yang inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- A'ora, S., Mwakalobo, A. B. S., & Lwesya, F. (2022). Managerial Skills for Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MSMEs). *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, *10*(4), 343–359. <https://doi.org/10.2478/mdke-2022-0022>
- Adler, P. S., & Kwon, S. (2002). Social Capital: Prospects for A New Concept. *Academy of Management Review*, *27*(1), 17–40. <https://doi.org/10.5465/AMR.2002.5922314>
- Aghion, P., Akcigit, U., & Howitt, P. (2020). What Do We Learn From Schumpeterian Growth Theory? In *Handbook of Economic Growth* (Vol. 2). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-53540-5.00001-X>
- Agustia, D., Haryanto, S. D., Permatasari, Y., & Midiantari, P. N. (2022). Product innovation, firm performance and moderating role of technology capabilities. *Asian Journal of Accounting Research*, *7*(3), 252–265. <https://doi.org/10.1108/AJAR-12-2021-0266>

- 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 and Management*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1309784>
- Ahmed, S. S., & Guozhu, J. (2020). Intellectual capital and business performance: The role of dimensions of absorptive capacity. *Journal of Intellectual Capital, January*. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2018-0199>
- Aisjah, S., Prabandari, S. P., & Wati, C. R. (2024). Social capital on firm performance: The role of knowledge sharing behavior as mediation. *Journal of Law and Sustainable Development*, 14(1), 1–21. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i1.1100>
- Al Idrus, S., Abdussakir, A., Al Idrus, S., & Ahmar, A. S. (2022). The contribution of managerial ability and entrepreneurial motivation on business performance with business climate as mediation variable. *Iqtishoduna*, 18(1), 1–16. <https://doi.org/10.18860/iq.v18i1.15689>
- Ali, S., & Castro, G. M. (2025). Debt financing as moderator in the relationship between intellectual capital and SMEs

performance. *Management Research Review*, 48(13), 1–19. <https://doi.org/10.1108/MRR-07-2022-0505>

Aljuboori, Z. M., Singh, H., Haddad, H., Al-Ramahi, N. M., & Ali, M. A. (2022). Intellectual capital and firm performance correlation: The mediation role of innovation capability in Malaysian manufacturing SMEs perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010154>

Analia, D., Syaukat, Y., Fauzi, A., & Rustiadi, E. (2020). The impact of social capital on the performance of small micro enterprises. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 54(1), 81–96. <https://doi.org/10.17576/JEM-2020-5401-6>

Andre Sucena, Matos, F. (2024). Intellectual capital in construction SMEs: A systematic literature review. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(February), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100276>

Aribawa, D., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>

- Astuti, A. W., Muharam, A., Siber, P., Internasional, C., Swadaya, U., & Jati, G. (2023). Perkembangan bisnis di era digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia Pendahuluan*, 2(September), 2787–2792. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp>
- Auken, H. E. Van, Ardakani, M. F., Carraher, S., & Avorgani, R. K. (2021). Innovation among SMEs during the COVID-19 in Iran. *Journal of Applied Innovation*, 10(2), 86–119. <https://doi.org/10.36957/jai.2182-696X.v10i2-7>
- Bank Indonesia. (2020). Transformasi UMKM untuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif. *Laporan Perekonomian Indonesia, Bank Indonesia*, 1–18.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Beltramino, N. S., Garcia-Perez-de-Lema, D., & Valdez-Juarez, L. E. (2022). The role of intellectual capital on process and products innovation: Empirical study in SMEs in an emerging country. *Journal of Intellectual Capital*, 23(4), 741–764. <https://doi.org/10.1108/JIC-07-2020-0234>
- Berjuang, B. D. A. N. (2023). Potret kondisi usaha kecil.

- Bonilla-chaves, E. F., Palos-sánchez, P. R., Folgado-fernández, J. A., & Jorge, A. (2024). The effect of innovation performance on the adoption of human resources analytics in business organizations. *ERA*, *32*(October 2023), 1126–1144.
<https://doi.org/10.3934/era.2024054>
- Camilleri, M. A. (2018). The tourism industry: An overview. In *Tourism, Hospitality and Event Management* (pp. 3–27).
https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2_1
- Chitsazan, H., Bagheri, A., & Yusefi, A. (2017). Intellectual, psychological, and social capital and business innovation: The moderating effect of organizational culture. *Iranian Journal of Management Studies*, *10*(2), 307–333.

BIODATA PENULIS



Ahmad Yani, S.E., M.M.

Penulis lahir di Bangkalan pada 13 September 1971. Saat ini, Penulis menempuh Program Doktor (S3) Ilmu Manajemen di Universitas Negeri Jakarta sekaligus mengajar sebagai dosen tetap di Sekolah Tinggi Manajemen LABORA, Jakarta. Fokusnya adalah pengembangan ilmu manajemen, kewirausahaan, dan dinamika Usaha Ultra Mikro (UMi) di wilayah urban seperti Jakarta dan Jawa Barat. Kiprah akademiknya ditandai oleh usaha menjembatani teori manajemen modern dengan praktik nyata pelaku usaha kecil yang menghadapi keterbatasan sumber daya. Pendekatan yang digunakan menggabungkan aspek teoretis dan empirik untuk memahami fenomena ekonomi rakyat yang kerap luput dari perhatian kajian arus utama.

Sebagai pengajar, Penulis mengampu mata kuliah seperti Character Building, *Entrepreneurship*, dan Manajemen. Pengajaran yang diterapkan menekankan praktik nyata melalui studi kasus, pengalaman lapangan, dan contoh konkret dari pelaku usaha mikro. Selain mengajar, Penulis aktif melakukan pengembangan mengenai UMi, modal sosial, manajemen tradisional, dan keberlanjutan usaha, dengan fokus pada bagaimana pelaku usaha kuliner tradisional mengelola usaha melalui intuisi, ketekunan, nilai budaya, dan hubungan interpersonal. Penulis juga berkontribusi dalam penyusunan modul ajar, kurikulum berbasis OBE, dan program Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL). Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, Penulis mendampingi kelompok pedagang ultra mikro di Bekasi untuk meningkatkan kemampuan manajerial sederhana, memperkuat struktur usaha, dan menyesuaikan praktik dengan konteks sosial budaya. Dedikasi Penulis bertujuan menjadikan ilmu manajemen lebih membumi, humanis, dan relevan, sekaligus memberikan apresiasi terhadap nilai budaya dan kontribusi ekonomi pelaku usaha kecil.

---000---

BIODATA PENULIS



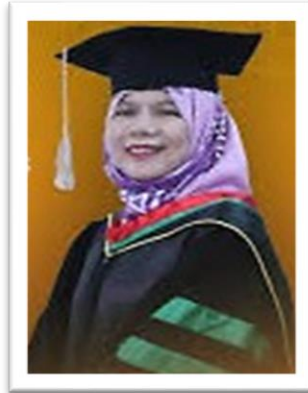
Prof. Dr. M. Japar, M.Si.

Penulis menempuh pendidikan sarjana pada Program PMP-KN IKIP Jakarta. Gelar *Magister (M.Si)* dalam bidang Ilmu Politik diperoleh dari Universitas Indonesia, dan gelar *Doktor* dari Program Pendidikan Teknologi (*Educational Technology*) Universitas Negeri Jakarta dengan peminatan pada Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, *Civic Education*, serta Teknologi Pendidikan. Saat ini Penulis mengemban tugas sebagai Guru Besar di Universitas Negeri Jakarta dengan ruang lingkup keilmuan yang berfokus pada Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (*PPKn*), *Civic Education*, dan *Educational Technology*.

Ketertarikan profesional Penulis mencakup pengembangan pendidikan karakter, teknologi pembelajaran dan *instructional media*, serta kajian demokrasi, hak asasi, kewarganegaraan, dan konstitusi. Penulis telah menghasilkan berbagai karya ilmiah yang membahas pendidikan karakter, media pembelajaran, demokrasi, dan kewarganegaraan. Penulis juga berperan dalam penguatan budaya demokrasi di satuan pendidikan melalui pendekatan *jurisprudence inquiry*, serta aktif mengembangkan media dan teknologi pembelajaran, termasuk kegiatan pelatihan dan pendampingan pendidikan kewarganegaraan dan karakter di sekolah dasar hingga menengah.

---000---

BIODATA PENULIS



Prof. Dr. Corry Yohana, M.M.

Salah satu akademisi senior di Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Dikenal sebagai pendidik, peneliti, penulis buku, dan penggerak kewirausahaan yang memiliki dedikasi tinggi terhadap pengembangan kompetensi mahasiswa dan penguatan riset di bidang bisnis. Seluruh perjalanan akademiknya mulai dari jenjang S1, S2, hingga S3 diselesaikan di Universitas Negeri Jakarta (dahulu IKIP Jakarta). Meraih gelar Doktor (S3) pada tahun 2014.

Prof. Dr. Corry Yohana dikenal produktif menulis baik dalam bentuk buku maupun artikel ilmiah. Beberapa karyanya antara lain: Dasar-Dasar Statistik (2008), Evaluasi Pengajaran

(2009), Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya (2015), Manajemen Risiko (Teori dan Aplikasi)

Selain itu, aktif menulis artikel ilmiah yang dipublikasikan di jurnal nasional maupun internasional terindeks Scopus. Penulis adalah sosok yang sangat peduli terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Memandang kewirausahaan sebagai keterampilan inti yang harus dimiliki mahasiswa UNJ.

Kontribusinya mencakup: Pelatihan kewirausahaan untuk mahasiswa, Pendampingan UMKM dan pengusaha kecil, Kolaborasi program pelatihan kewirausahaan di Indramayu, Mengembangkan riset-riset seputar wirausaha dan bisnis modern