

Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Pendekatan Teori Putnam

Pebrianti Pawestri 1*, Izdad Irsyadillah Fauzan 2²

^{1,2} Universitas Pamulang

*Penulis Korespondensi: dosen03427@unpam.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.58217/joceip.v20i1.173>

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 96% tenaga kerja. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai kendala struktural, baik finansial maupun non-finansial. Salah satu faktor non-finansial yang berperan penting dalam peningkatan kinerja UMKM adalah modal sosial, yang meliputi jaringan sosial, hubungan timbal balik, dan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh modal sosial terhadap kinerja UMKM yang diukur melalui omzet usaha. Penelitian dilakukan pada UMKM di Desa Kaloran Brimob, Kota Serang, dengan pendekatan kuantitatif melalui pengumpulan data kuesioner. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan nilai R-Square sebesar 0,845, yang mengindikasikan bahwa 84,5% variasi kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh modal sosial. Analisis jalur menunjukkan bahwa jaringan sosial berpengaruh positif namun relatif lemah terhadap kinerja UMKM, kepercayaan berpengaruh positif dan cukup kuat, sedangkan hubungan timbal balik merupakan faktor paling dominan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Seluruh konstruk penelitian memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan kepercayaan dan hubungan timbal balik antar pelaku usaha menjadi kunci peningkatan kinerja UMKM.

Kata kunci: UMKM, modal sosial, kepercayaan, hubungan timbal balik, SEM-PLS

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia karena kontribusinya yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 96% tenaga kerja pada tahun 2023. Selain berperan dalam aspek ekonomi, UMKM juga memiliki fungsi sosial strategis sebagai sarana pemberdayaan masyarakat, khususnya kelompok perempuan dan rumah tangga berpenghasilan menengah ke bawah (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun demikian, besarnya kontribusi UMKM belum sepenuhnya diimbangi dengan kinerja usaha yang optimal. Berbagai studi menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia masih menghadapi tantangan struktural, seperti keterbatasan akses permodalan,

rendahnya tingkat inovasi, minimnya pemanfaatan teknologi digital, serta lemahnya manajemen usaha (Tambunan, 2020; Sari & Lestari, 2021). Tantangan tersebut menyebabkan disparitas kinerja antar UMKM, khususnya antara UMKM yang telah terintegrasi dengan ekosistem digital dan UMKM yang masih bersifat tradisional. Kondisi ini menegaskan bahwa peningkatan kinerja UMKM tidak dapat hanya mengandalkan faktor finansial dan teknologi, tetapi juga membutuhkan pendekatan sosial yang lebih komprehensif. Salah satu faktor non-finansial yang semakin mendapat perhatian dalam kajian UMKM adalah modal sosial. Modal sosial dipahami sebagai sumber daya yang berasal dari jaringan sosial, norma, dan kepercayaan yang memungkinkan terjadinya kerja sama dan koordinasi yang efektif dalam suatu komunitas (Putnam, 2000). Dalam konteks UMKM, modal sosial

berperan penting dalam memfasilitasi pertukaran informasi, memperluas jaringan pemasaran, serta membangun kepercayaan dengan konsumen dan mitra usaha. Penelitian terkini menunjukkan bahwa UMKM dengan modal sosial yang kuat cenderung memiliki daya tahan dan kinerja usaha yang lebih baik, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi (Widodo & Wahyudi, 2020; Rahmawati, 2021). Beberapa penelitian empiris di Indonesia mengonfirmasi bahwa dimensi modal sosial, seperti jaringan sosial, norma timbal balik, dan kepercayaan, memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang diukur melalui omzet dan keberlanjutan usaha (Sujarwo, 2022; Lestari & Putri, 2023). Meskipun demikian, kajian empiris yang secara spesifik menguji pengaruh modal sosial terhadap kinerja UMKM di tingkat desa masih relatif terbatas, khususnya pada wilayah dengan dinamika sosial yang heterogen. Desa Brimob Serang merupakan salah satu wilayah dengan aktivitas UMKM yang cukup berkembang, terutama pada sektor perdagangan, kuliner, dan jasa. Karakteristik sosial masyarakat yang erat dan berbasis komunitas menjadikan desa ini relevan untuk mengkaji peran modal sosial dalam meningkatkan kinerja UMKM. Berbagai penelitian terdahulu telah menegaskan bahwa modal sosial yang mencakup jejaring sosial, kepercayaan, dan norma Bersama memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM (Putnam, 2000; Coleman, 1990; Melović et al., 2020; Sagita & Wijaya, 2022). Kesenjangan penelitian muncul karena masih terbatasnya kajian empiris yang mengintegrasikan modal sosial dalam konteks fragmentasi sosial antara penduduk lokal dan pendatang dalam pengelolaan UMKM desa. Penelitian terdahulu cenderung memandang pelaku UMKM sebagai kelompok yang homogen, sehingga kurang menggali bagaimana perbedaan latar sosial memengaruhi kepercayaan, jejaring usaha, dan akses pasar. Belum banyak penelitian yang secara eksplisit mengkaji peran modal sosial untuk mengatasi ketimpangan akses informasi dan pasar di tingkat desa. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara empiris bagaimana membangun modal sosial dan mendorong kolaborasi UMKM

antara penduduk lokal dan pendatang di Desa Kaloran, Brimob, sebagai strategi peningkatan kinerja UMKM berbasis integrasi sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh jaringan sosial, timbal balik, dan kepercayaan terhadap kinerja UMKM yang diukur melalui omzet usaha.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh Kinerja UMKM (Y) sebagai variabel terikat, serta Jaringan Sosial (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Hubungan Timbal Balik (X_3) sebagai variabel bebas. Kinerja UMKM (Y) didefinisikan sebagai tingkat keberhasilan usaha yang dicapai pelaku UMKM dalam aspek finansial dan non-finansial. Indikator yang digunakan meliputi pertumbuhan pendapatan, peningkatan penjualan, keberlanjutan usaha, perluasan pasar, dan kepuasan kinerja usaha.

Jaringan Sosial (X_1) merupakan hubungan antar pelaku usaha yang dimanfaatkan untuk memperoleh informasi dan peluang bisnis, dengan indikator luas relasi usaha, intensitas komunikasi, akses informasi pasar, kerja sama, dan partisipasi kegiatan ekonomi bersama.

Kepercayaan (X_2) didefinisikan sebagai keyakinan terhadap kejujuran dan komitmen mitra usaha, yang diukur melalui indikator kejujuran, komitmen kerja sama, rasa aman bertransaksi, kesediaan berbagi informasi, dan keyakinan terhadap mitra usaha.

Hubungan Timbal Balik (X_3) adalah interaksi sosial yang saling menguntungkan antar pelaku usaha, dengan indikator kesediaan saling membantu, pertukaran sumber daya, kerja sama berkelanjutan, keseimbangan manfaat, dan solidaritas usaha. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden di lapangan. Penelitian dilaksanakan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berlokasi di Desa Kaloran Brimob, Kota Serang. Subjek penelitian adalah pelaku UMKM yang aktif menjalankan usahanya pada sektor perdagangan, kuliner, dan jasa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

pelaku UMKM di Desa Brimob, Kecamatan Taktakan, Kota Serang, dengan jumlah 50 unit usaha. Mengingat jumlah populasi kurang dari 100, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju). Analisis data dilakukan menggunakan SEM-PLS untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan struktural antar variable. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS*. Metode *SEM-PLS* dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar variabel laten secara simultan dan sesuai digunakan pada jumlah sampel yang relatif kecil. Tahapan analisis data meliputi:

1. Evaluasi *Outer Model* (Model Pengukuran)
Evaluasi outer model bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, yang meliputi: *Convergent validity* melalui nilai loading factor ($>0,70$), *Discriminant validity* melalui nilai *cross loading*, *Composite reliability* ($>0,70$), *Average Variance Extracted (AVE)* ($>0,50$), *Cronbach's Alpha* ($>0,60$).
2. Evaluasi *Inner Model* (Model Struktural)
Evaluasi inner model dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel laten dengan melihat nilai koefisien determinasi (R^2), serta koefisien jalur (*path coefficients*).
3. Uji Hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *t-statistic* dan *p-value* hasil *bootstrapping*. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-tabel* pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.1 Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)
Hubungan Timbal	0,699	0,696	0,098	7,149

Balik (X3) - > Kinerja UMKM (Y)				
Jaringan Sosial (X1) - > Kinerja UMKM (Y)	0,099	0,093	0,131	0,755
Kepercayaan (X2) -> Kinerja UMKM (Y)	0,210	0,219	0,070	3,002

Hasil

H1: Pengaruh Jaringan Sosial (X1) terhadap Kinerja UMKM (Y)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Jaringan Sosial (X1) memiliki nilai koefisien jalur (Original Sample) sebesar 0,099 dengan nilai T-Statistics sebesar 0,755. Nilai T Statistics tersebut lebih kecil dari batas kritis 1,96, sehingga pengaruh Jaringan Sosial terhadap Kinerja UMKM tidak signifikan secara statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun jaringan sosial memiliki hubungan positif dengan kinerja UMKM, pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk meningkatkan kinerja secara langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa luasnya jaringan sosial saja belum mampu mendorong peningkatan kinerja UMKM apabila tidak diiringi dengan kualitas hubungan dan kepercayaan yang kuat, sehingga H1 ditolak.

H2: Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Kinerja UMKM (Y)

Variabel Kepercayaan (X2) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,210 dengan nilai T-Statistics sebesar 3,002. Nilai T-Statistics tersebut lebih besar dari 1,96, sehingga pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja UMKM signifikan dan positif.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan antara pelaku UMKM dengan mitra usaha, pelanggan, dan pemasok, maka semakin meningkat pula kinerja UMKM. Kepercayaan berperan penting dalam mengurangi risiko transaksi dan memperkuat kerja sama jangka panjang, sehingga H2 diterima

H3: Pengaruh Hubungan Timbal Balik (X3) terhadap Kinerja UMKM (Y)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Hubungan Timbal Balik (X3) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,699 dengan nilai T-Statistics sebesar 7,149. Nilai tersebut jauh melebihi batas kritis 1,96, sehingga pengaruh Hubungan Timbal Balik terhadap Kinerja UMKM sangat signifikan dan positif. Temuan

ini mengindikasikan bahwa hubungan saling menguntungkan antar pelaku UMKM, pelanggan, dan mitra usaha merupakan faktor paling dominan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Hubungan timbal balik yang kuat mendorong loyalitas, keberlanjutan usaha, dan peningkatan produktivitas, sehingga H3 diterima.

Pembahasan

1. Pengaruh Jaringan Sosial (X_1) terhadap Kinerja UMKM (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jaringan Sosial (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y), meskipun memiliki arah hubungan yang positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan jaringan sosial semata belum cukup untuk meningkatkan kinerja UMKM secara langsung. Secara teoretis, jaringan sosial memang berperan sebagai sarana akses informasi, peluang pasar, dan sumber daya. Namun, tanpa adanya kualitas hubungan yang kuat, jaringan tersebut cenderung bersifat pasif dan belum mampu memberikan dampak nyata terhadap kinerja usaha (Adler & Kwon, 2020; Nguyen et al., 2021). Hasil ini sejalan dengan penelitian Nguyen et al. (2021) dan Putra & Santoso (2022) yang menemukan bahwa luas jaringan sosial tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan kinerja UMKM, terutama ketika jaringan tersebut tidak diikuti dengan kepercayaan dan interaksi berkelanjutan. Temuan ini berbeda dengan penelitian Aksoy et al. (2020) yang menyatakan bahwa jaringan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden dan konteks wilayah penelitian, di mana UMKM pada penelitian ini cenderung belum memanfaatkan jaringan sosial secara strategis untuk pengembangan usaha.

2. Pengaruh Kepercayaan (X_2) terhadap Kinerja UMKM (Y). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Kepercayaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). Temuan ini memperkuat teori modal sosial yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan elemen fundamental dalam menciptakan hubungan bisnis yang stabil, menurunkan biaya transaksi, serta meningkatkan efisiensi

dan keberlanjutan usaha (Fukuyama, 2021; Robbins & Judge, 2022). Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Susanto et al. (2021) dan Widodo & Nurhadi (2023) yang menyatakan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi antara pelaku UMKM dengan mitra usaha dan pelanggan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Kepercayaan memungkinkan terjalannya kerja sama jangka panjang, loyalitas pelanggan, serta fleksibilitas dalam menghadapi dinamika pasar. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepercayaan bukan hanya faktor pendukung, tetapi menjadi determinan utama dalam meningkatkan kinerja UMKM.

3. Pengaruh Hubungan Timbal Balik (X_3) terhadap Kinerja UMKM (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hubungan Timbal Balik (X_3) memiliki pengaruh paling kuat dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). Temuan ini sejalan dengan teori pertukaran sosial (*social exchange theory*) yang menyatakan bahwa hubungan saling menguntungkan akan mendorong komitmen, loyalitas, dan keberlanjutan kerja sama antar pihak (Croppanzano et al., 2020; Blau, 2021). Penelitian ini memperkuat hasil studi sebelumnya oleh Pratama & Hidayat (2022) serta Sari et al. (2023) yang menemukan bahwa hubungan timbal balik berperan dominan dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui dukungan berkelanjutan dari pelanggan, pemasok, dan komunitas usaha. Ketika pelaku UMKM mampu membangun hubungan saling menguntungkan, maka tercipta ekosistem usaha yang mendukung pertumbuhan jangka panjang. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas interaksi sosial yang berlandaskan prinsip timbal balik merupakan inti dari modal sosial yang efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM.

KESIMPULAN

Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa modal sosial berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, namun kekuatan pengaruh tiap dimensinya berbeda. Jaringan Sosial (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y), yang mengindikasikan bahwa luas jaringan usaha belum tentu berdampak langsung apabila tidak disertai kualitas hubungan yang kuat.

Kepercayaan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, karena mampu menciptakan stabilitas hubungan bisnis dan menurunkan risiko transaksi. Sementara itu, Hubungan Timbal Balik (X3) merupakan faktor paling dominan, menegaskan bahwa interaksi sosial yang saling menguntungkan dan berkelanjutan menjadi inti modal sosial yang efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM. Implikasi kebijakan dari temuan ini menekankan perlunya pergeseran fokus pengembangan UMKM dari perluasan jejaring secara kuantitatif menuju penguatan kualitas hubungan sosial. Pemerintah daerah dan pemangku kepentingan perlu mendorong peningkatan kepercayaan melalui program kemitraan berkelanjutan, transparansi kontrak, dan fasilitasi kerja sama usaha yang adil. Selain itu, kebijakan pengembangan UMKM sebaiknya diarahkan pada pembentukan ekosistem kolaboratif, seperti klaster UMKM dan komunitas usaha, yang memungkinkan terjadinya hubungan timbal balik produktif. Program perluasan jaringan usaha juga perlu dievaluasi agar menghasilkan hubungan bisnis yang berkelanjutan dan bernilai tambah nyata bagi pelaku UMKM. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar modal sosial, seperti literasi digital, inovasi, dan akses permodalan, guna meningkatkan daya jelaskan model. Selain itu, penelitian komparatif antar wilayah atau pendekatan kualitatif dapat dilakukan untuk menggali lebih dalam dinamika hubungan sosial dan mekanisme kolaborasi UMKM di tingkat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2020). Social capital: The good, the bad, and the ugly. *Organization Science*, 31(1), 1–21.
<https://doi.org/10.1287/orsc.2019.1306>
- Aksoy, H., Civelek, M., & Ključnikov, A. (2020). Social capital and SME performance: The mediating role of innovation. *Journal of Business Economics and Management*, 21(3), 795–816.
- <https://doi.org/10.3846/jbem.2020.12722>
- Blau, P. M. (2021). *Exchange and power in social life*. Routledge.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Harvard University Press.
- Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. V. (2020). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of Management Annals*, 14(1), 479–516.
<https://doi.org/10.5465/annals.2018.0096>
- Fukuyama, F. (2021). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. Free Press.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Data UMKM Indonesia tahun 2023*.
<https://www.kemenkopukm.go.id>
- Lestari, R., & Putri, A. D. (2023). Modal sosial dan keberlanjutan usaha UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 38(2), 145–158.
- Lunenburg, F. C. (2010). Communication: The process, barriers, and improving effectiveness. *Schooling*, 1(1), 1–11.
- Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on brand promotion, positioning, and electronic business. *Technology in Society*, 63, Article 101425.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101425>
- Nguyen, T. H., Le, Q. H., & Bryant, S. E. (2021). Social capital and firm performance: Evidence from small enterprises. *Journal of Small Business Management*, 59(2), 321–345.
<https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659673>
- Pratama, R., & Hidayat, R. (2022). Hubungan timbal balik dan kinerja UMKM berbasis komunitas. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 55–67.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Putra, A. R., & Santoso, B. (2022). Jejaring sosial dan kinerja UMKM tradisional.

- Jurnal Ilmu Manajemen, 10(3), 233–245.*
- Rahmawati, L. (2021). Modal sosial dan ketahanan UMKM pada masa krisis. Jurnal Sosial Ekonomi, 13(2), 101–112.*
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). Organizational behavior (16th ed.). Pearson Education.*
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). Organizational behavior (18th ed.). Pearson Education.*
- Sagita, D., & Wijaya, R. (2022). Kepercayaan dan kolaborasi UMKM dalam perspektif modal sosial. Jurnal Ekonomi Pembangunan, 23(1), 89–102.*
- Sari, N., & Lestari, E. (2021). Tantangan struktural UMKM di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, 12(1), 25–38.*
- Sari, M., Hapsari, D., & Nugroho, A. (2023). Modal sosial dan kinerja UMKM berbasis klaster. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 20(2), 178–191.*
- Sujarwo. (2022). Modal sosial dan kinerja UMKM pedesaan. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 7(1), 45–58.*
- Susanto, A., Wibowo, S., & Hartono, D. (2021). Trust and SME performance in emerging economies. International Journal of Entrepreneurship, 25(4), 1–12.*
- Tambunan, T. (2020). UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan kebijakan. Ghalia Indonesia.*
- Widodo, T., & Wahyudi, S. (2020). Modal sosial dan daya tahan UMKM. Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan, 21(2), 210–224.*
- Widodo, T., & Nurhadi, M. (2023). Trust, collaboration, and SME performance. Journal of Asian Business Studies, 17(3), 402–417. <https://doi.org/10.1108/JABS-01-2022-0034>*