

Peran Moderasi *Financial Access* Pada Pengaruh *Human Capital* Dan *Social Capital* Terhadap Kinerja UMKM

Abdul Azis Safii^{1*}, Latifah Anom²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Abstrak

Human capital, *social capital* dan *financial access* telah diidentifikasi sebagai sumber daya utama yang mempengaruhi kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), variabel-variabel ini jarang dipelajari. Makalah ini, oleh karena itu, menguji hubungan antara modal manusia, modal sosial pada kinerja perusahaan dengan akses ke keuangan sebagai moderating variable. 378 UMKM penghasil Batik Jonegoroan digunakan sebagai sampel penelitian. Pemodelan Persamaan Struktural menggunakan Partial Least Square (PLS) digunakan untuk analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal manusia, modal sosial, dan akses keuangan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Akses keuangan terbukti menguatkan pengaruh dari social capital terhadap kinerja UMKM. Sementara Akses keuangan tidak memiliki peran moderasi pada pengaruh dari human capital terhadap kinerja UMKM. Disarankan agar pengusaha didorong untuk membangun lebih banyak hubungan dalam jaringan mereka. Serta berupaya untuk mendapatkan akses permodalan baik dari perbankan ataupun lembaga keuangan lain karena akses financial terbukti memberi dampak positif terhadap kinerja UMKM. Selain itu, lembaga pemerintah dan lembaga keuangan harus menyusun strategi yang akan mengurangi tingkat bunga sehingga UMKM dapat mengakses sumber keuangan.

Kata kunci: *human capital*, *social capital*, *financial access*, UMKM Batik Jonegoroan

Abstract

Although human capital, social capital, and financial access have been highlighted as critical resources that influence the performance of micro, small, and medium companies (MSME), little research has been done on these variables. This research investigates the specific impact of human capital and social capital on company performance, with access to finance serving as a moderating factor. 378 MSME producing Jonegoroan Batik were used as samples for the study. The data gathered via area sampling was analyzed using Structural Equation Modelling with Partial Least Square (PLS) by Smart-PLS 3.0 software. The results indicated that human capital, social capital, and financial access does directly influence firm performance. Access on financial is proven to strengthen the influence of social capital on the performance of MSMEs. Meanwhile, financial access does not have a moderating role on the influence of human capital on the performance of MSMEs. It is suggested that entrepreneurs are encouraged to build more relationships within their networks. As well as trying to get access to capital either from banks or other financial institutions because financial access has been proven to have a positive impact on the performance of MSMEs. Furthermore, government agencies and financial institutions must devise measures to lower interest rates, allowing MSMEs to access capital.

Keywords: human capital, social capital, financial access, Jonegoroan Batik's MSMEs .

*Korespondensi: Abdul Azis Safii (azis.asli@gmail.com)

Sitasi: Safii, A.A., & Anom, L. (2021). Peran Moderasi *Financial Access* Pada Pengaruh *Human Capital* Dan *Social Capital* Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 14(1), 36-49

Submit: 23 April 2021, **Revisi:** 6 Mei 2021, **Diterima:** 16 Mei 2021, **Publish:** 29 Mei 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

LATAR BELAKANG

Social capital terkait penciptaan hubungan dan jaringan saat ini telah menjadi sumber daya penting bagi perusahaan skala mikro, kecil, dan menengah (Gray et al., 2006). Pada dasarnya *social capital* merupakan sumber daya yang diperoleh individu dari keterlibatan pada sebuah komunitas, menjadi bagian dalam berbagai organisasi, serta mendapatkan reputasi yang baik diantara UMKM (Tsai & Ghosal, 1998). Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi, dunia bisnis secara bertahap bergerak menuju penciptaan nilai bagi masyarakat berbasis pengetahuan di mana *social capital* menjadi modal utama bagi perusahaan untuk dapat mengakses pasar, ide, peluang bisnis dan informasi (Ferdinand, 2005). *Social capital* telah menjadi kajian penting dalam analisis perkembangan perusahaan atau organisasi. Beberapa pakar menyampaikan bahwa individu dan organisasi yang banyak terlibat pada berbagai jaringan sosial lebih dapat mendapatkan sumber daya dan manfaat yang melekat pada hubungan sosial tersebut untuk kepentingan perusahaan (Bat Batjargal, 2003).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menjelaskan fenomena *social capital* dalam konteks kinerja organisasi. Penelitian Batjargal (2007) mendapatkan bahwa keluasan jaringan behubungan positif terhadap kinerja penjualan. *Social capital* yang terdiri dari luasnya jaringan dan kualitas hubungan individu dalam organisasi menjadi faktor penting dalam menjelaskan kinerja pemasaran perusahaan (Coleman, 1988; Fukuyama, 2001). Modal sosial juga ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis (Santarelli & Tran, 2013), inovasi produk (Tsai & Ghosal, 1998), dan pembentukan jaringan industri (Walker et al., 1997).

Sumberdaya penting lain bagi pengembangan perusahaan dan organisasi adalah konsep *human capital*. Teori *human capital* menyatakan bahwa berbagai aktivitas seperti yang dipilih individu, seperti pendidikan, pelatihan, pengalaman, dapat memberikan manfaat dalam proses menjalankan usaha (R. Wang et al., 2014). Pengetahuan Eksplisit didapatkan melalui pendidikan dan pelatihan, sementara tacit knowledge didapatkan dari pengalaman oleh setiap individu (Davidsson & Honig, 2003). Pendidikan bagi pengusaha merupakan kumpulan pengetahuan eksplisit yang berguna dalam memanfaatkan berbagai informasi dalam menciptakan peluang bisnis.

Human capital telah terbukti memiliki peranan penting dalam analisis kinerja organisasi. Secara umum konsep *human capital* pada UMKM tidak jauh berbeda dengan Manajemen SDM pada umumnya (Becker, 1993). Beberapa penelitian meendapatkan bahwa *Human capital* berhubungan positif dengan kinerja organisasi (Obeng, 2019). Para manajer dengan background pendidikan dari kampus ternama terbukti memiliki jaringan antar organisasi yang baik dalam menjalankan sebuah bisnis atau organisasi (Shah & Ahmad, 2019). Frese & Gielnik (2014) menyampaikan bahwa *human capital* yang meliputi pengalaman kerja, pelatihan di tempat kerja, dan pendidikan non-formal lainnya, pengalaman manajerial, dan pengalaman kewirausahaan masa lalu seseorang, semuanya terkait dengan kesuksesan dan kinerja perusahaan.

Studi yang dilakukan oleh para peneliti di negara berkembang menyatakan bahwa sosial capital mempengaruhi akses perusahaan terhadap permodalan dan keuangan, yang selanjutnya berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan (Sarapaivanich & Kotey, 2006). Menurut peneliti, kepercayaan dan aktivitas asosiasi dapat digunakan oleh individu dan organisasi dalam memperoleh sumber daya dan keunggulan kompetitif (Fukuyama, 2001). Jaringan luas yang dimiliki para pemilik perusahaan memberikan dampak kinerja yang lebih produktif bagi perusahaan, sehingga memiliki peringkat kredit yang lebih baik dimata perbankan (Boohene, 2018). Demikian pula Talavera et al (2012) yang menemukan bahwa luasnya networking perusahaan berbasis social capital mempengaruhi akses pinjaman dari berbagai jenis lembaga keuangan.

Human capital juga dapat mempengaruhi akses permodalan oleh suatu organisasi dari berbagai lembaga keuangan, hal itu disebabkan bahwa tingkat pendidikan dan pengalaman bisnis merupakan kriteria utama dalam analisis kelayakan kredit oleh perbankan.

Sektor swasta di negara berkembang seperti Indonesia didominasi oleh perusahaan skala mikro, kecil, dan menengah menjadi penyedian lapangan kerja utama, serta sumber pendapatan bagi mayoritas penduduk. Pengembangan UMKM menjadi strategi kunci dalam pembangunan ekonomi mengingat besarnya kontribusi sektor tersebut bagi perekonomian Negara.

Pembangunan UMKM dilakukan diseluruh wilayah Indonesia termasuk salah satunya adalah UMKM Batik di Kota Bojonegoro. Batik sebagai asalah satu warisan budaya Indonesia harus dikelola dan dipertahankan karena keunikan dan sebagai bagian gaya yang tertanam di keseharian masyarakat Indonesia. Di Kabupaten Bojonegoro, sejumlah 827 UMKM penghasil batik tersebar pada 11 kecamatan, dengan motif utama yaitu khas Jonegoroan jumlah produksi batik di wilayah Bojonegoro berkisar sebanyak 200 ribu lembar per tahun. Jumlah tersebut dinilai menghasilkan omset total produksi batik di Kabupaten Bojonegoro senilai Rp 15 Miliar lebih dengan kisaran harga per lembar antara puluhan ribu hingga jutaan rupiah.

Persaingan yang semakin ketat dengan munculnya kain batik dari luar negeri seperti Kain batik dari China dengan harga cenderung lebih murah dapat mematikan pasar dari pengusaha Batik khas Bojonegoro. Produk-produk kain batik dari industri skala besar yang diproduksi dengan sistem padat karya memiliki harga relatif rendah juga memberikan tekanan hebat kepada UMKM Batik Khas Bojonegoro. Masalah pelik lain yang dihadapi para pelaku UMKM adalah mengenai permodalan yang cenderung tidak dapat diakses oleh pengusaha skala kecil, karena sulitnya memenuhi aspek kelayakan dari perbankan.

Beberapa penelitian menyampaikakan bahwa *social capital* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Jin, 2015; Safii & Rahayu, 2020; Simpson et al., 2012), sementara sejumlah peneliti lain mendapatkan hasil yang kontradiktif bahwa *social capital* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM (Sanchez-Famoso et al., 2020; Stam W. et al., 2014). Dari analisis *human capital*, Penelitian (Ma et al., 2019; Santarelli & Tran, 2013; Zainol et al., 2018) mendapatkan bahwa terdapat hubungan dimana semakin bagus *human capital* maka semakin baik kinerja suatu UMKM, sementara beberapa studi lain mendapatkan *human capital* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM (Dimov, 2017; Mubarik et al., 2016).

Kajian empiris yang mendapatkan belum konsistennya pengaruh dari *social capital* dan *human capital* dalam mempengaruhi kinerja UMKM menjadikan alasan bagi peneliti untuk mengajukan akses financial sebagai variabel pemoderasi pada hubungan antara social capital, human capital, dan kinerja UMKM dalam penelitian ini.

TEORI DAN HIPOTESIS

Social Capital

Social capital adalah sumber daya untuk menghasilkan jejaring hubungan kerja dalam rangka mencapai tujuan-tujuan dan manfaat bersama bagi semua pihak yang terlibat (Ferdinand, 2005). Konsep *Social capital* dikembangkan berdasarkan dimensi kepercayaan, aturan, dan penguatan hubungan antar individu dan organisasi, serta pemeliharaan kerjasama antar organisasi sehubungan dengan jaringan sumber daya organisasi.

Prinsip utama dari teori modal sosial adalah manfaat timbal balik, yang akhirnya memunculkan keuntungan negosiasi dan kompromi dari suatu hubungan (Bourdieu, 1983). *Social capital* terdiri dari beragam bentuk yang saling terkait, termasuk diantaranya adalah; kewajiban (dalam kelompok), kepercayaan, kedekatan antar-generasi, aturan, dan berbagai sanksi yang mendasari terciptanya hubungan antar individu dalam jangka panjang dan menghasilkan manfaat secara subjektif (Bourdieu, 1983:249). Dengan demikian, *social capital* mencakup sumber daya seperti kepercayaan, kesepakatan, dan jaringan asosiasi yang mewakili setiap kelompok atau individu yang berinteraksi untuk tujuan bersama (Becker, 1993). Bourdieu (1983: 250) mengemukakan bahwa *social capital* dalam suatu hubungan sosial bergantung pada luasnya koneksi jaringan yang akan terlibat, dan tingkat kepentingan yang dimiliki oleh individu-individu dalam jaringan tersebut. Gray et al., (2006) menjelaskan bahwa *social capital* perusahaan sulit untuk diukur, karena modal sosial tidak hanya mencerminkan serangkaian hubungan dinamis yang kompleks dalam suatu kelompok, tetapi juga keadaan dan interaksi unik antara kelompok tersebut. termasuk dengan lingkungan eksternalnya. Sumber daya tersebut harus memiliki karakteristik tertentu: nilai, kelangkaan, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat diganti (Mones et al., 2013).

Sejumlah studi penelitian telah dilakukan untuk menjelesakan fenomena *social capital* dalam konteks kinerja organisasi. Penelitian Batjargal (2000) mendapatkan bahwa keluasan jaringan behubungan positif terhadap kinerja penjualan. *Social capital* yang terdiri dari luasnya jaringan dan kualitas hubungan individu dalam organisasai menjadi faktor penting dalam menjelaskan kinerja pemasaran perusahaan (Coleman, 1988; Fukuyama, 2001).

Beberapa indikator penting dari *social capital* adalah jaringan bisnis yang dapat bersumber dari kolega, keluarga, daerah, dan etnis dari para pelaku usaha. Pemilik UMKM yang memiliki kolega dan keluarga yang telah lebih dulu menekuni usaha sejenis terbukti dapat mengambil pembelajaran dari jaringan tersebut untuk meningkatkan kinerja UMKM yang dirintis (Nafziger & Terrell, 1996). Pemilik usaha yang berasal dari daerah ataupun etnis yang terkait erat dengan konsumen utama dari bisnis UMKM tersebut juga lebih memahami kondisi pasar ataupun sumberdaya lain untuk mendukung kinerja bisnisnya (Sana Ullah et al., 2019)

Human Capital

Human capital terdiri dari berbagai keterampilan dan pengetahuan yang didapatkan oleh individu melalui pendidikan, pengalaman, dan pelatihan (Unger et al., 2011). *Human capital* telah terbukti memiliki peranan penting dalam analisis kinerja organisasi. Secara umum konsep *human capital* pada UMKM tidak jauh berbeda dengan Manajemen SDM pada umumnya (Becker, 1993). Beberapa penelitian meendapatkan bahwa *Human capital* berhubungan positif dengan kinerja organisasi (Obeng, 2019).

Human capital melibatkan semua aspek individu dalam kegiatan ekonomi, seperti pendidikan, usia, jenis kelamin, manajemen, dan pengetahuan teknis yang memperkuat keterampilan kerja, jaringan dan pemecahan berbagai masalah wirausaha (Unger et al., 2011). Lebih jauh Unger (2011) menjelaskan bahwa dalam konteks bisnis, *human capital* terdiri dari kemampuan kewirausahaan, latar belakang orang tua, dan sikap. Sementara Mubarik, Devadason, and Chandran (2016) menyampaikakan bahwa pengalaman sebagai bagian dari *human capital* terkait erat dengan kinerja suatu bisnis, karena dengan adanya pengalaman individu dapat menggunakan berbagai metode yang tepat untuk mencari peluang serta mendapatkan sumber daya bagi perusahaan.

Financial Access

Financial Access merupakan kecukupan sumber daya internal terkait uang yang dapat berupa modal dan ataupun layanan moneter lainnya sebagai modal awal bisnis, ataupun pengembangan usaha (Khattak & Hassan, 2019). Akses permodalan sangat penting untuk pengembangan dan peningkatan semua jenis bisnis (Muchammad et al., 2021). Meskipun demikian, berbagai penelitian mendapatkan bahwa bahwa tersedianya layanan permodalan adalah salah satu kesulitan yang dihadapi UMKM khususnya di negara berkembang (Safii & Suwarno, 2018). Kemampuan untuk mengakses permodalan dari Perbankan atau Lemabaga keuangan lain mungkin memiliki efek besar pada pertumbuhan serta peningkatan kinerja perusahaan.

Hubungan antara Social Capital dan Kinerja UMKM.

Pada dasarnya setiap pengusaha memiliki tiga jenis modal untuk proses pendirian suatu bisnis: *financial capital* yang merupakan sumber daya keuangan mereka, *human capital* yang mengacu pada keterampilan pribadi mereka, dan *social capital* mereka (Ma et al., 2019). Peneliti kewirausahaan telah memberikan banyak perhatian pada dua jenis modal pertama, yaitu sumber daya keuangan dan sumber daya manusia. Sementara itu, keberhasilan bentuk-bentuk modal ini sebagian besar bergantung pada tingkat koneksi atau jaringan sosial individu dalam lingkungan bisnis (Coleman, 1988). Fukuyama (2001) menjelaskan bahwa *social capital* berdampak pada kinerja perusahaan melalui berbagai alur, serta memiliki level pengaruh yang berbeda-beda juga, tergantung pada fungsi dari networking yang telah dibangun perusahaan tersebut.

Pada konteks UMKM, keikutsertaan perusahaan pada berbagai jaringan memberikan manfaat untuk dapat memperoleh akses langsung ke sumber daya ekonomi melalui *social capital* (Travalera, 2012). *social capital* mempromosikan dan meningkatkan kinerja UMKM melalui pengembangan dan pemeliharaan hubungan baik internal ataupun eksternal perusahaan. Hasil Penelitian Acquaaah & Eshun, (2010); Obeng, (2019) menunjukkan bahwa perusahaan yang tergabung dalam asosiasi memiliki kinerja dan pertumbuhan yang lebih bagus perusahaan yang tidak tergabung dalam asosiasi. Hal ini dikarenakan asosiasi membantu anggota mengakses layanan tertentu, yang dapat membantu meningkatkan kinerja mereka, seperti informasi, keuangan, dan dukungan tentang masalah sosial yang dapat memengaruhi kinerja bisnis mereka.

Hubungan antara *Human capital* dan Kinerja UMKM.

Healy et al (2007) berpendapat bahwa pertumbuhan UMKM sangat tergantung pada kompetensi dan kemampuan pemilik/ pengelola perusahaan. Pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pemilik/ manajer dan karyawan perusahaan mempengaruhi arah dan tingkat pertumbuhan yang dicapai Sehingga harus dipandang sebagai sumber daya yang penting bagi perusahaan. Selain itu, *human capital* memberikan wawasan bagi para pemilik pada setiap pengambilan keputusan strategis perusahaan, dengan memberikan informasi kepada pengusaha tentang berbagai aspek, seperti pasar dan teknologi (Walker et al., 1997). Pendidikan baik kognitif ataupun afektif menyediakan sumber daya dan informasi serta efisiensi dalam mengakses faktor-faktor yang berkontribusi bagi pertumbuhan dan kinerja perusahaan (Tsai dan Ghoshal, 1998).

Human capital adalah komponen penting dari kesuksesan perusahaan karena terkait dengan kemampuan untuk membuat keputusan strategis dan mengembangkan hubungan positif dengan karyawan sangat penting untuk keberhasilan organisasi. *Human capital* yang merupakan kombinasi dari kemampuan pemilik perusahaan, manajer, dan karyawan, dapat membantu bisnis dalam memberikan solusi terbaik untuk tantangan mereka (Mubarik et al., 2016).

***Financial Access* dan Kinerja UMKM**

Financial access adalah kemampuan para pelaku untuk mendapatkan modal dari berbagai sumber keuangan eksternal, khususnya dari pihak perbankan. Pada umumnya para pengusaha merintis bisnis dengan modal dari keuangan pribadi mereka. Para pelaku UMK lebih cenderung menggunakan sumber dana dari eksternal untuk kebutuhan pengembangan usaha (Aqida, 2019).

Permasalahan utama bagi UMKM adalah mengenai minimnya akses ke sumber pendanaan eksternal, sehingga mengalami kesulitan untuk berkembang (Muchammad et al., 2021) Permodalan UMKM di Indonesia sebagian besar berasal dari tabungan pribadi, serta kontribusi dari keluarga dan kolega (Monroy et al., 2015). Persentase yang sangat kecil bersumber dari bank, dan lembaga keuangan mikro lainnya (Nesheim et al., 2017). Ini karena tingginya biaya pinjaman, yang membuat sebagian besar perusahaan ini enggan mengakses pembiayaan utang. Serta berbagai persyaratan analisis kredit dari perbankan yang sulit dipenuhi oleh sektor UMKM.

Dengan tersedianya modal yang memadai, perusahaan dapat menerapkan strategi pertumbuhan serta meningkatkan efektivitas penggunaan sumber daya perusahaan, yang pada gilirannya dapat menciptakan keunggulan bagi perusahaan dibandingkan para pesaing. Memang, literatur menunjukkan bahwa ketersediaan modal keuangan mempengaruhi pertumbuhan dan kinerja perusahaan (Sarapaivanich & Kotey, 2006). Dengan terbukanya akses ke sumber pembiayaan dapat menjadi sinyal positif mengenai prospek perusahaan di masa depan. Ketersediaan sumber daya keuangan dapat mendukung implementasi yang efektif dari manajemen perusahaan dengan memungkinkan perusahaan untuk mengakses keuangan yang mungkin lebih menuntut dalam hal persyaratan agunan. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa ketersediaan sumber daya keuangan cenderung meningkatkan pengaruh dari berbagai sumberdaya perusahaan dengan kinerja perusahaan.

Perumusan Hipotesis

Pengaruh dari *Human capital* terhadap Kinerja UMKM.

Pada dasarnya wirausaha merupakan sebuah penciptaan peluang melalui serangkaian identifikasi dan analisis oleh individu (Frese & Gielnik, 2014). Teori *Human capital* menjelaskan bahwa pengetahuan memberikan kemampuan kognitif bagi seorang pengusaha untuk melakukan identifikasi dan menganalisis sebuah peluang bisnis serta berbagai kesempatan untuk menciptakan efektivitas dan produktivitas perusahaan (Davidsson and Honig, 2003). *Human capital* memiliki peran penting untuk membedakan antara individu yang sukses dan gagal berwirausaha (Shane et al., 2000). Lebih lanjut Frese and Gielnik (2014) menyampaikan bahwa *human capital* termasuk pengalaman kerja, pendidikan formal, pelatihan kerja, pendidikan non-formal, pengalaman organisasi, dan pengalaman berbisnis dari pelaku wirausaha terkait erat dengan kesuksesan dan kinerja suatu bisnis.

Beberapa penelitian menyampaikan hasil bahwa *human capital* berhubungan positif dengan kinerja dan kesuksesan UMKM. Penelitian Wang et al. (2014) mendapatkan bahwa terdapat perbedaan *human capital* yang signifikan antara UMKM yang dapat bertahan dan

UMKM gagal bertahan. Penelitian ini bertujuan melakukan analisis faktor *human capital* pada UMKM Batik Khas Bojonegoro yang sukses bertahan, dan yang telah gagal melanjutkan operasi usaha.

H₁. *Human capital* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM Batik Khas Bojonegoro.

Pengaruh dari *Social Capital* terhadap Keberlangsungan UMKM.

Social capital dapat digambarkan sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat dari struktur sosial, jaringan, serta berbagai komunitas yang dimiliki oleh individu (Liu et al., 2017). *Social capital* dapat didapatkan oleh seorang pebisnis dari keluarga, keikutsertaan dalam komunitas, dan berbagai hubungan antar organisasi (Davidsson and Honig, 2003). Menurut Batjargal, (2000), jaringan struktur sosial dapat memberikan berbagai peluang bisnis yang selanjutnya dapat diubah menjadi peluang mendapatkan profit oleh pengusaha. Pengusaha yang memiliki *social capital* yang bagus cenderung memiliki analisis yang lebih baik dalam mendapatkan berbagai peluang bisnis, seperti pelanggan potensial, supplier bahan baku, serta berbagai promosi dengan biaya yang murah berbasis kemitraan dan kerja sama (Shane et al., 2000).

Berbagai penelitian mendapatkan bahwa terdapat hubungan positif antara *social capital* dengan kinerja UMKM (Jin, 2015; Safii & Rahayu, 2020; Simpson et al., 2012) mendapatkan bahwa terdapat peranan besar dari *Social capital* terhadap peningkatan kinerja dan kemampuan UMKM untuk dapat terus beroperasi. Dalam penelitian ini, *Social capital* juga diprediksi berpengaruh positif terhadap kemampuan bertahan dan kinerja UMKM Batik Khas Bojonegoro.

H₂. *Social capital* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM Batik Khas Bojonegoro.

Pengaruh *Financial Access* Terhadap Kinerja UMKM.

Sebagian besar bisnis informal di negara-negara berkembang memiliki keterbatasan akses layanan keuangan khususnya dari sektor perbankan (Muchammad et al., 2021). Tanpa akses yang memadai ke layanan keuangan, menyebabkan kendala kredit sehingga menyulitkan pengusaha skala menengah kebawah untuk membiayai proyek investasi dengan tingkat pengembalian yang bagus (W.-C. Wang & Wang, 2017). Tersedianya *financial capital* menyediakan sumber daya yang memungkinkan perusahaan untuk eksperimen berbagai strategi baru dan proyek inovatif, yang tidak mungkin dilakukan oleh perusahaan dengan keterbatasan sumber daya.

H₃. *Financial Access* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM Batik Khas Bojonegoro.

Peran Moderasi *Financial Access* pada Pengaruh *Human capital* dan *Social Capital* Terhadap Kinerja UMKM.

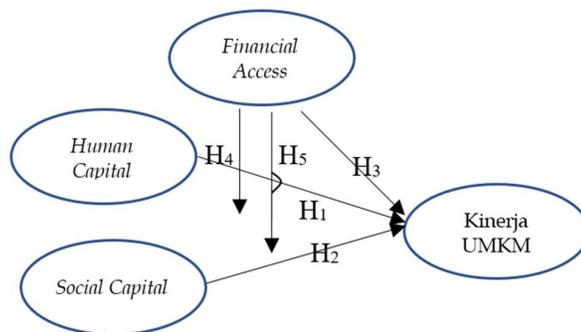
UMKM menghadapi kendala serius mengenai keterbatasan modal yang berakibat pada lemahnya sumber pendanaan dan operasional mereka. (Sanchez-Famoso et al., 2020) Selain itu, kemampuan keuangan yang terbatas juga berdampak buruk pada pertumbuhan, inovasi, dan kelangsungan hidup UMKM (Aqida, 2019).

Untuk meningkatkan peluang dan mendongkrak kinerja UMKM, diusulkan agar sumber perusahaan akan ditingkatkan karena akan berdampak pada kelangsungan dan perkembangan perusahaan (Safii & Suwarno, 2018). Dengan dimilikinya akses permodalan dari luar, maka akan meningkatkan kemampuan manajerial serta sumber daya manusia di kalangan UMKM dalam kasus menyelesaikan tanggung jawab dari pokok pinjaman serta bunga pinjaman terkait lembaga keuangan, serta untuk memberikan rating pinjaman yang lebih baik.

H₄. *Financial Access* memperkuat pengaruh positif dari *human capital* terhadap kinerja UMKM Batik Khas Bojonegoro.

H₅. *Financial Access* memperkuat pengaruh positif dari *social capital* terhadap kinerja UMKM Batik Khas Bojonegoro.

Pengaruh antar variabel dan hipotesis penelitian diringkas pada sebuah kerangka konseptual yang ditampilkan gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: dikembangkan dari berbagai penelitian terdahulu.

METODE PENELITIAN

Data dan Pengumpulan Data

Sejumlah 464 Kuesioner penelitian disebar kepada pemilik UMKM penghasil Batik Jonegoroan dari berbagai daerah di Kabupaten Bojonegoro. Kuesioner yang terisi dan dikembalikan sebanyak 378, menunjukkan *response rate* sebesar 81%. kuesioner yang dibagikan secara langsung serta melalui wawancara dengan pemilik UMKM. Penyebaran kuesioner dan wawancara dilakukan selama kurang lebih 3 bulan dengan metode penyebaran gabungan melalui media online serta wawancara secara langsung. Wawancara dalam penelitian ini dibutuhkan terkait perbedaan sumber daya dan kemampuan literasi pada pemilik UMKM yang menjadi sampel penelitian.

Penelitian ini menggunakan software SPSS Versi 19 untuk analisis statistik deskriptif, seperti frekuensi dan persentase, untuk menjelaskan karakteristik demografi dari responden penelitian. sedangkan teknik Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software *Smart-PLS 3.0* digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis penelitian yang telah dikembangkan pada bagian sebelumnya.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini terdiri dari 3 Variabel Eksogen (Human capital, social capital, dan Akses Finansial) dan 1 variabel endogen (Kinerja UMKM). Untuk menjaga validitas dan realibilitas dari seluruh konstruk variabel, pengukuran instrument penelitian dioperasionalkan berdasarkan beberapa penelitian terdahulu dengan modifikasi minor untuk penyesuaian kondisi sampel penelitian.

Dalam penelitian ini indikator dari *human capital* menggunakan beberapa konstruk yang mengacu pada penelitian Davidsson & Honig (2003), antara lain; tingkat pendidikan, pengalaman pekerjaan sebelum memilih berwirausaha, dan background bisnis dari keluarga.

Social capital dalam penelitian ini dinilai menggunakan sejumlah indikator untuk menggali sumber dan jangkauan dari pribadi dan sosial pemilik UMKM yang dihasilkan melalui keluarga, kerabat, teman, komunitas, serta hubungan dengan instansi pemerintah. Indikator tersebut antara lain: Kolega pada bisnis yang sama, Keluarga yang menekuni usaha sejenis, tempat lahir atau daerah asal dari pemilik UMKM, Etnis atau suku dari pemilik UMKM.

Akses finansial diukur dengan menggunakan indikator kemampuan mengakses keuangan dari masing-masing pemilik atau manajer UMKM. Mengacu penelitian Sarapaivanich dan Kotey (2006), penelitian ini berfokus pada tantangan untuk mengakses keuangan eksternal; perbandingan modal dari eksternal perusahaan, kemampuan memenuhi persyaratan agunan dan kelakan pinjaman.

Seluruh variabel pada penelitian ini diukur pada skala Likert lima poin. Responden diminta untuk mengklasifikasikan tingkat kepentingan pada item pernyataan, mulai dari "tidak baik" hingga "sangat baik".

Analisis Data

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik analisis *structural equation modelling* (SEM) dengan pendekatan partial least squares (PLS). Untuk menguji hipotesis yang diajukan, penelitian ini menggunakan teknik analisis *structural equation modeling*

(SEM) dengan pendekatan *partial least square* (PLS). Penggunaan PLS dalam penelitian ini untuk memberikan analisis varians variabel-variabel penelitian dengan menggunakan jumlah *R-Square* (R^2) sebagai ukuran kualitas (*goodness-of-fit*) dari model penelitian yang dikembangkan (Wynne Chin & Newsted, 1999). PLS memiliki keunggulan bahwa dapat memberikan toleransi untuk jumlah sampel yang relatif sedikit dan masalah multikolinearitas antar variabel bebas serta tidak memerlukan bahwa data penelitian harus berdistribusi normal (Chenhall, 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deksriptif Responden Penelitian

Tabel 1 menampilkan hasil statistik deskriptif yang meliputi mean, standar deviasi (SD) dan skor minimum dan maksimum setiap variabel dari jawaban responden. Berdasarkan Tabel 1, nilai mean tinggi dan standar deviasi rendah yang dihasilkan untuk variabel *social capital* (mean = 3,764; SD = 0,3456) dan kinerja UMKM (mean = 3,678; SD = 0,483) menunjukkan bahwa UMKM produsen Batik Jonegoroan cenderung memiliki tingkat *social capital* yang tinggi dan tingkat kinerja yang relatif memuaskan. Sementara itu, kemudahan akses *financial* dirasakan juga cukup baik (mean = 3,021) dengan tingkat *human capital* berada pada level yang cukup baik juga (mean = 3,3025).

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Mean	Standard Deviation
<i>Human Capital</i>	3.025	0,764
<i>Social Capital</i>	3,764	0,456
Kinerja UMKM	3,678	0,483
Financial Acess	3,021	0,788

Sumber: Rekapitulasi Jawaban Responden

Uji kelayakan model

Sebelum merancang dan menguji model secara keseluruhan, dilakukan analisis data awal untuk memastikan kualitas model yang diusulkan. Tabel 3 menjelaskan hasil uji kelayakan model menggunakan analisis faktor konfirmatori. Dari kolom 1 terlihat bahwa *standardized loading factor* untuk indikator SC4 kurang dari 0,05, sedangkan *loading factor* untuk indikator lainnya lebih besar dari 0,05, SC4 harus dikeluarkan dari model (Anderson & Gerbing, 1988).

Tabel 2. Uji kelayakan model SEM

Variabel	Indikator	Standardized loading factor	Composite reliability	AVE
Human Capital	HC1	0.768	0.932	0,863
	HC2	0.820		
	HC3	0.615		
Social Capital	SC1	0.694	0.874	0,779
	SC2	0.743		
	SC3	0.735		
	SC4	0.434		
Kinerja UMKM	FP1	0.881	0,776	0,774
	FP2	0.821		
	FP3	0.769		
Financial Access	FP1	0,783	0,772	0,771
	FP2	0,774		
	FP3	0,711		

Sumber: data primer diolah.

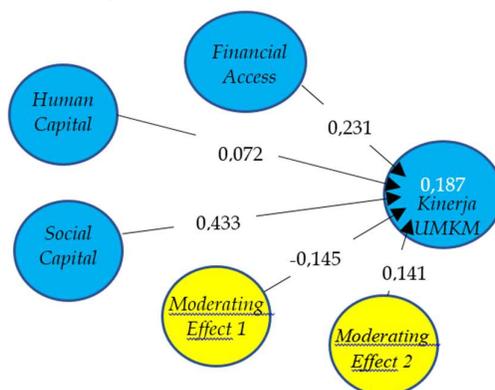
Evaluasi konstruk pada model penelitian diwakili oleh ujia reliabilitas dan validitas, yang menilai kualitas psikometrik dari skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini. Validitas data memiliki konsistensi internal, yang menunjukkan bahwa ukuran secara konsisten

mewakili konstruk laten yang sama. Tabel 2 Kolom 2 menampilkan keandalan konstruk komposit untuk setiap konstruk, dimana semua nilai loading factor seluruhnya di atas 0,600 menunjukkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria *reliability* dan dapat diterima untuk pengukuran variabel (Hair et al., 2010).

Tabel 2 kolom 3 merangkum *Average Variance Extracted* (AVE) dari konstruk penelitian, yang berkisar dari 0,774 (kinerja UMKM) hingga 0,863 (human capital), yang menunjukkan validitas konvergen yang memadai (Hair et al., 2010).

Uji Hipotesis

Uji pengaruh antar variabel dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM. Pengujian model struktural meliputi pendugaan koefisien jalur, t-statistik dan R². Pengujian ini menilai proporsi varians pada variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Teknik bootstrap (W. Chin, 2000) digunakan untuk menguji pengaruh *human capital*, *social capital*, akses financial, terhadap kinerja UMKM. Selain itu, semua variabel dimodelkan sebagai ukuran reflektif, karena diyakini mempengaruhi variabel dependen, yang dalam penelitian ini adalah kinerja UMKM. Gambar 2 mengilustrasikan grafik PLS dari hubungan antara variabel, dengan Financial Access memoderasi pengaruh dari *human capital* terhadap kinerja UMKM, serta pengaruh dari *social capital* terhadap kinerja UMKM.



Gambar 2. Nilai Koefisien Pengaruh Antar Variabel.

Sumber: Output Analisis SEM dengan Smart PLS 3.0.

Tabel 3 Menyampaikan koefisien jalur dan tingkat signifikan untuk hubungan antar variabel dari analisis SEM dengan Software smart-PLS 3.0.

Tabel 3. Hasil uji Hipotesis dengan SEM

Variabel	Path-Coefficien t	F Square	P- Value
Human Capital → Kinerja UMKM	0,072	0,003	0,012*
Social Capital → Kinerja UMKM	0,433	0,230	0,000*
Financial Access → Kinerja UMKM	0,231	0,041	0,000*
Moderating Effect 1: Human Capital → *Financial Access → Kinerja UMKM	-0,145	0,064	0,531
Moderating Effect 2: Social Capital → *Financial Access → Kinerja UMKM	0,141	0,213	0,047*

Sumber: Output Analisis SEM dengan Smart-PLS 3.0.

Hipotesis 1 memprediksi pengaruh positif *human capital* terhadap kinerja perusahaan UMK. Seperti yang ditunjukkan oleh hasil pada Tabel 3 (β : 0.072, p-value: 0,012), sehingga dinyatakan Hipotesis 1 didukung. Hasil uji SEM juga mendapatkan bahwa Hipotesis 2 penelitian pengaruh positif dari *social capital* terhadap kinerja UMKM juga didukung (β : 0.433, p-value: 0,000). Hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini juga dinyatakan didukung secara empiris dengan mempertimbangkan nilai koefisien jalur positif dan signifikan pada tingkat signifikansi 5% (β : 0.231, p-value: 0,000). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan *financial access* yang dirasakan *owner* dari UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat kinerja UMKM. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kemudahan *financial access* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM Produsen Batik Jonegoroan.

Uji moderating mendapatkan *financial access* tidak memoderasi pengaruh *human capital* terhadap kinerja UMKM (β : -0.145, p-value: 0,531), atau hipotesis 4 penelitian adalah tidak didukung. Sementara uji moderasi untuk Hipotesis 5 mendapatkan *financial access* memoderasi pengaruh *social capital* terhadap kinerja UMKM.

PEMBAHASAN

Hasil analisis mendapatkan bahwa *human capital* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut menunjukkan bahwa aspek pengetahuan, sikap, dan kelincahan intelektual yang dibawa oleh setiap sumber daya manusia dalam organisasi merupakan sumber daya penting untuk mengembangkan strategi dalam menjalankan bisnis. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Mubarik et al., 2016; Nafziger & Terrell, 1996) *Human capital* menjadi faktor kunci sebagai pengembang strategi yang berbeda dari perusahaan dalam menghadapi persaingan. Jika sumber daya dapat merancang strategi secara efektif, organisasi dapat mencapai keunggulan bersaing dalam jangka panjang (Safii & Rahayu, 2021).

Penelitian ini juga mendapatkan pengaruh positif dari *social capital* terhadap kinerja UMKM. Sebagaimana disampaikan dalam kerangka teoritis, *social capital* adalah kumpulan sumber daya yang berasal dari jaringan interaksi yang dimiliki oleh individu atau organisasi dan karenanya, kelompok yang dimiliki, visi dan kepercayaan bersama di antara anggota dalam kelompok. Melalui kontak dari *social capital*, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif (Gupta, 2015). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa visi bersama perusahaan, hubungan dekat dengan pemasok, kepercayaan dan kemampuan untuk mengembangkan ikatan dengan jaringan informal, internal, dan keluarga terbukti menghasilkan kinerja yang unggul bagi UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parida et al (2017) yang menemukan bahwa kinerja UMKM sangat dipengaruhi oleh sumber daya jaringan dari pemilik atapun manajer perusahaan.

Uji moderasi mendapatkan bahwa *financial access* terbukti meningkatkan pengaruh dari *social capital* terhadap kinerja UMKM. Dengan adanya akses finansial, maka *leverage* utang meningkat, selanjutnya kemampuan pengusaha untuk agresif mencari dana, dan lebih selektif dalam penggunaan dana untuk berbagai investasi yang prospektif. Pembukaan akses keuangan meningkat efisiensi serta inovasi dalam sebuah perusahaan. Sebaliknya, ketika akses keuangan rendah akan menyebabkan pengusaha kesulitan memperoleh dana, guna mengembangkan usahanya. Hasil ini mendukung hasil penelitian (Boohene, 2018) mengenai interaksi *social capital* dan akses *financial* dalam meningkatkan kinerja UMKM.

Hasil uji moderasi juga mendapatkan bahwa *financial access* tidak memiliki peran moderasi pada pengaruh dari *social capital* terhadap kinerja UMKM. Hal ini mungkin karena fakta bahwa, di Indonesia sebagian besar perusahaan kecil mengalami kesulitan mengakses pinjaman dari bank; dan bahkan jika mereka memiliki akses ke dana tersebut, serta adanya tingkat bunganya tinggi. Akibatnya, ini dapat mengikis keuntungan yang mereka peroleh dari mengakses pembiayaan utang, demikian temuan di atas. Selain itu, sifat pasar kredit, yang tersegmentasi dan tidak lengkap, menyiratkan bahwa permintaan, yang tidak *accesable* bagi perusahaan skala UMKM (Safii, 2016). Ini mendukung studi (Beck & Demircuc-Kunt, 2006) bahwa tujuan utama dari UMKM membentuk jaringan bisnis adalah agar anggotanya saling meminjamkan daripada meminjam bank karena suku bunga yang tinggi.

SIMPULAN

Penelitian untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *social capital*, *human capital* akses ke keuangan terhadap kinerja UMKM produsen Batik Jonegoroan di Kabupaten Bojonegoro. Hasil penelitian memberikan dukungan untuk pengaruh dari *human capital* terhadap kinerja UMKM, *social capital* terhadap kinerja UMKM, *financial access* terhadap kinerja UMKM, serta efek moderasi dari *financial access* pada pengaruh dari *social capital* terhadap kinerja UMKM. Namun, tidak memberikan dukungan mengenai peran moderasi dari *financial access* pada pengaruh dari *human capital* terhadap kinerja UMKM.

Temuan ini memiliki sejumlah implikasi teoritis. Pertama, baik *human capital* dan *social capital* terbukti memiliki dampak penting pada kinerja UMKM. Oleh karena itu, sangat penting bagi wirausahawan untuk memperhatikan pengembangan sumber daya manusia, termasuk pendidikan, pelatihan, pengalaman berbisnis ataupun pengalaman bekerja individu. Dari segi *social capital*, termasuk mencari dukungan dan membangun jaringan dengan teman, keluarga, organisasi, serikat pekerja, dan asosiasi lainnya untuk menciptakan berbagai kesempatan bisnis ataupun keunggulan dalam operasional UMKM.

Selanjutnya jejaring sosial, seperti kepercayaan, visi bersama ikatan dengan keluarga, keanggotaan dalam berbagai komunitas, harus didorong dan didukung untuk berkembang, karena memfasilitasi akses ke pembiayaan eksternal bagi pengusaha skala mikro, kecil, dan menengah. Akses *financial* terbukti menguatkan pengaruh dari *social capital* terhadap kinerja UMKM, dengan terbukanya akses keuangan maka pengusaha akan lebih mengefektifkan dari keterlibatan dalam berbagai jaringan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah Lembaga kredit juga harus mempertimbangkan peran modal sosial dalam merancang produk kredit, karena informasi ini membantu mengurangi asimetri informasi antara lembaga kredit dan perusahaan kecil (Beck & Demircuc-Kunt, 2006). Penelitian ini dilakukan hanya di satu kota di Indonesia, yakni Kabupaten Bojonegoro, serta sumber data penelitian yang spesifik pada sektor UKM produsen Batik Jonegoroan sehingga membatasi generalisasi hasil penelitian bagi UMKM secara umum. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan agar peneliti selanjutnya menerapkan penelitian di kota-kota lain di Indonesia dan membandingkan hasilnya dengan penelitian ini. Selain itu, peneliti asing juga dapat berkonsentrasi pada penerapan penelitian ini di sektor UMKM secara lebih luas untuk memperkuat penelitian mengenai *human capital* dan *social capital* perusahaan skala mikro, kecil, dan menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Acquaah, M., & Eshun, J. P. (2010). A longitudinal analysis of the moderated effects of networking relationships on organizational performance in a sub-saharan african economy. *Human Relations*, 63(5), 667-700. <https://doi.org/10.1177/0018726709342928>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: a Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411.
- Aqida, M. S. (2019). Pengaruh Akses Keuangan terhadap Pertumbuhan UMKM dengan Moderasi Literasi Keuangan di Kota Semarang. *Ekonomika dan Bisnis*, 8(2009), 1-15.
- Batjargal, B. (2000). *Social Capital and Entrepreneurial Performance in Russia*.
- Batjargal, B. (2007). Internet Entrepreneurship: Social Capital, Human Capital, and Performance of Internet Ventures in China. *Research Policy*, 36(5), 605-618.
- Batjargal, B. (2003). Social capital and entrepreneurial performance in Russia: A longitudinal study. *Organization Studies*, 24(4), 535-556. <https://doi.org/10.1177/0170840603024004002>
- Beck, T., & Demircuc-Kunt, A. (2006). Small and Medium-Size Enterprises: Access to Finance as a Growth Constraint. *Journal of Banking and Finance*, 30(11), 2931-2943. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009>
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital*. Chicago Press.
- Boohene, R. (2018). Entrepreneur's Social Capital and Firm Growth: The Moderating Role of

- Access to Finance. *Journal of Enterprising Culture*, 26(03), 327-348. <https://doi.org/10.1142/s0218495818500127>
- Bourdieu, P. (1983). *Forms of capital. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press.
- Chenhall, R. (2005). Integrative strategic performance measurement systems, strategic alignment of manufacturing, learning and strategic outcomes: An exploratory study. *Accounting, Organizations and Society*, 30, 395-422. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2004.08.001>
- Chin, W. (2000). Partial Least Squares for IS Researchers: An Overview and Presentation of Recent Advances Using The PLS Approach. *ICIS*, 741-742.
- Chin, Wynne, & Newsted, P. (1999). Structural Equation Modeling Analysis with Small Samples Using Partial Least Square. *Statistical Strategies for Small Sample Research*.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in The Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 95(1), 95-120.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.
- Dimov, D. (2017). Towards a Qualitative Understanding of Human Capital in Entrepreneurship Research. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(2), 210-227. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2016-0016>
- Ferdinand, A. (2005). *Keunggulan, Modal Sosial Dan Pemasaran, Bersaing: Wajah Sosial Strategi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 413-438.
- Fukuyama, F. (2001). Social Capital, Civil Society, and Development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.
- Gray, D., Shaw, J., & Farrington, J. (2006). Community Transport, Social Capital and Social Exclusion in Rural Areas. *Area*, 38(1), 89-98.
- Gupta, S. D. (2015). Comparative Advantage and Competitive Advantage: An Economic Perspective and a Synthesis. *Athens Journal of Business and Economics*, 1(1), 9-22.
- Hair, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall.
- Jin, C. H. (2015). The Moderating Effect of Social Capital and Cosmopolitanism on Marketing Capabilities: A Comparison of Chinese and Korean Companies. *Chinese Management Studies*, 9(3), 441-466.
- Khattak, M. S., & Hassan, K. U. (2019). The Impact of Management Capabilities on SMEs Financial Performance; the Moderating Role of Financial Access. *NICE Research Journal*, 12(1), 59-84. <https://doi.org/10.51239/nrjss.v0i0.82>
- Liu, G., Pang, L., & Kong, D. (2017). Effects of Human Capital on The Relationship Between Export and Firm Innovation. *Chinese Management Studies*, 11(2), 322-345.
- Ma, Z., Zhu, J., Meng, Y., & Teng, Y. (2019). The impact of overseas human capital and social ties on Chinese returnee entrepreneurs' venture performance. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(1), 67-83. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2017-0246>
- Mones, S. D., Pop, M. D., & Rose, G. M. (2013). SME's Performance. *Management & Marketing*, 8(1), 129-146.
- Monroy, V. I. B., Solís, E. R. R., & Rodríguez-Aceves, L. (2015). Familiness and its relationship with performance in mexican family firms. *Academy of Strategic Management Journal*, 14(2), 1-22.

- Mubarik, S., Devadason, E. S., & Chandran, V. (2016). Theoretical framework to analyze human capital – Performance relationship. *International Journal of Economic Perspectives*, 10(4), 157-165.
- Muchammad, R. A. P., Firdausi Nuzula, N., & Khalid Mawardi, M. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Akses Keuangan Terhadap Kinerja Usaha. *Profit*, 15(01), 84-94. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.9>
- Nafziger, E. W., & Terrell, D. (1996). Entrepreneurial Human Capital and the Long-Run Survival of Firms in India. *World Development*, 24(4), 689-696. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00161-5](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00161-5)
- Nesheim, T., Olsen, K. M., & Sandvik, A. M. (2017). Never walk alone: achieving work performance through networking ability and autonomy. *Employee Relations*, 39(2), 240-253. <https://doi.org/10.1108/ER-09-2016-0185>
- Obeng, B. A. (2019). Strategic Networking and Small Firm Growth in An Emerging Economy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(1), 43-66. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2018-0035>
- Parida, V., Pesämaa, O., Wincent, J., & Westerberg, M. (2017). Network capability, innovativeness, and performance: a multidimensional extension for entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 29(1-2), 94-115. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1255434>
- Safii, A. A. (2016). Implementasi Qard Al-Hasan Sebagai Model Microfinance (Survei Pada Lembaga Keuangan Syariah Mikro di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 9(2), 85-95.
- Safii, A. A., & Rahayu, S. (2021). Human Capital and Social Capital as Determining Factors of The MSMEs Surviving Ability. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 5(1), 1-9.
- Safii, A. A., & Rahayu, S. (2020). The Role Of Social Capital And Owner Cosmopolitanism On Marketing Performance of Jonegoroan Batik MSMEs. *Proceeding 1st International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS)*, 1-10.
- Safii, A. A., & Suwarno, T. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perolehan Kredit Oleh Pengusaha Mikro. *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 330-341.
- Sana Ullah, S. U., Wasim Arif, B., & Tariq Majeed, M. (2019). The Determinants of Firm Survival among Small Cluster Firms. *the Lahore Journal of Economics*, 24(1), 131-145. <https://doi.org/10.35536/lje.2019.v24.i1.a6>
- Sanchez-Famoso, V., Mejia-Morelos, J. H., & Cisneros, L. (2020). New Insights into non-listed family SMEs in Spain: Board social capital, board effectiveness, and sustainable performance. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/su12030814>
- Santarelli, E., & Tran, H. T. (2013). The interplay of human and social capital in shaping entrepreneurial performance: The case of Vietnam. *Small Business Economics*, 40(2), 435-458. <https://doi.org/10.1007/s11187-012-9427-y>
- Sarapaivanich, N., & Kotey, B. (2006). The Effect of Financial Information Quality on Ability To Access External Funds and Performance of Smes in Thailand. *Journal of Enterprising Culture*, 14(03), 219-239. <https://doi.org/10.1142/s0218495806000143>
- Shah, Z. A., & Ahmad, M. (2019). Entrepreneurial Orientation and Performance of Small and Medium-Sized Enterprises. *Competitiveness Review: An International Business Journal*.
- Shane, Scott, & Venkataraman. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Simpson, M., Padmore, J., & Newman, N. (2012). Towards a New Model of Success and Performance in SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 20(6), 1373-1392.
- Stam W., Arzalanian, S., & S.Eliring. (2014). Social Capital of Entrepreneurs and Small Firm

- Performance: A Meta-Analysis of Contextual and Methodological Moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152-173.
- Talavera, O., Xiong, L., & Xiong, X. (2012). Social capital and Access to Bank Financing: The Case of Chinese Entrepreneurs. *Emerging Markets Finance and Trade*, 48(1), 55-69.
- Tsai, W., & Ghosal, S. (1998). Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks. *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbuch, N. (2011). Human Capital and Entrepreneurial Success: a Meta-Analytical Review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341-358.
- Walker, G., Kogut, B., & Shan, W. (1997). Social Capital, Structural Holes and The Formation of an Industry Network. *Organisation Science*, 8(2), 109-125.
- Wang, R., Rafiq, M., Li, X., & Zheng, X. (2014). Entrepreneurial Preparedness: An Exploratory Case Study of Chinese Private Enterprises. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(4), 351-274.
- Wang, W.-C., & Wang, W.-C. (2017). An Exploration of the Relationship between Financial Decision-Making and Operational Performance in the Panel Industry. *Finance & Management Strategy*, 12(2), 123-144.
- Zainol, N. R., Mamun, A. Al, Ahmad, G., & Simpong, D. B. (2018). Human capital and entrepreneurial competencies towards performance of informal microenterprises in Kelantan, Malaysia. *Economics and Sociology*, 11(4), 31-50. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-4/2>