

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Kota Tasikmalaya

Kota Tasikmalaya terletak antara 108008'38" BT-108024'02" BT dan antara 7010' LS-7026'32" LS, berada di bagian tenggara Provinsi Jawa Barat, berjarak $\pm$ 105 km dari Kota Bandung dan $\pm$ 255 km dari Kota Jakarta. Batas wilayah administrasi Kota Tasikmalaya diatur ber Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2001 tentang Pembentukan Kota Tasikmalaya pasal 6 ayat (1) bahwa Kota Tasikmalaya mempunyai batas-batas wilayah:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Cisayong dan Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya, Kecamatan Cihaurbeuti dan Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis;
2. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya;
3. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Jatiwaras dan Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya; dan
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Singaparna, Kecamatan Sukarame dan Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya



Gambar 1.1 Letak Geografis Kota Tasikmalaya
Sumber: Pemkot Tasikmalaya, 2024

1.1.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Tasikmalaya

Kota Tasikmalaya merupakan kota kecil dengan perekonomian yang produktif, yang menyebabkan seringnya bermunculan usaha-usaha baru di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Naufal & Purwanto, 2022). Berikut ini merupakan jenis-jenis produk dihasilkan oleh UMKM di Kota Tasikmalaya, diantaranya:

1. UMKM Sektor Kuliner

UMKM di sektor kuliner menjadi salah satu yang dominan di Kota Tasikmalaya. Banyak usaha kecil yang bergerak dalam produksi makanan khas daerah seperti nasi tutug oncom, dodol Garut, keripik singkong, dan makanan ringan lainnya. Beberapa usaha juga berkembang dalam bidang kuliner modern seperti kafe dan warung makan dengan konsep kekinian yang menyasar generasi muda. Produk dari UMKM ini memiliki pasar lokal yang luas dan sering kali dijual di acara pasar lokal atau melalui media sosial.

2. UMKM Sektor Kerajinan Tangan

Kota Tasikmalaya dikenal sebagai salah satu kota penghasil kerajinan tangan, terutama anyaman bambu, batik, dan produk rotan. Kerajinan ini sering diekspor ke berbagai daerah di Indonesia bahkan luar negeri. UMKM di sektor ini memanfaatkan keterampilan lokal yang diwariskan secara turun-temurun dan menjadi identitas budaya lokal.

3. UMKM Sektor *Fashion* dan Konveksi

Tasikmalaya juga memiliki banyak UMKM di bidang konveksi dan fashion, terutama untuk pakaian jadi seperti busana muslim dan pakaian sehari-hari. Produksi skala kecil hingga menengah ini sering dipasarkan melalui *marketplace online* maupun toko *offline*. Beberapa UMKM *fashion* juga mulai merambah pasar custom order untuk produk yang lebih personal dan unik.

4. UMKM Sektor Pertanian dan Perkebunan

Mengingat wilayah Tasikmalaya yang masih banyak memiliki area agraris, UMKM di sektor ini biasanya berupa usaha kecil di bidang

pertanian, seperti produksi padi, sayur-sayuran, dan buah-buahan lokal. Selain itu, terdapat juga perkebunan yang menghasilkan kopi, teh, dan rempah-rempah yang dipasarkan baik di dalam kota maupun luar kota.

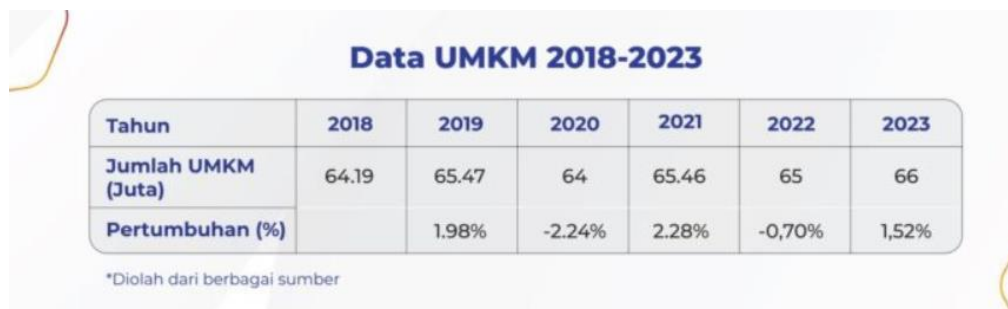
5. UMKM Sektor Jasa

UMKM di sektor jasa meliputi berbagai jenis layanan seperti salon kecantikan, perawatan motor dan mobil, penginapan kecil, hingga usaha digital seperti jasa desain grafis, fotografi, dan pembuatan *website*. Jenis usaha ini berkembang seiring dengan permintaan masyarakat lokal akan kebutuhan jasa yang lebih praktis dan personal.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perdagangan dan aktivitas ekonomi di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi nasional. Sebagai negara dengan potensi sumber daya alam yang melimpah, Indonesia terus mengembangkan berbagai sektor perdagangan, baik dalam negeri maupun internasional. Perdagangan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pertukaran barang dan jasa, tetapi juga menjadi salah satu cara untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal di kancah global. Melalui perdagangan pula suatu negara bisa menjalin hubungan diplomatik dengan negara tetangga sehingga secara tidak langsung perdagangan juga berhubungan erat dengan dunia politik (Wijaya, 2021).

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada saat ini terus meningkat. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lain bisa berkembang.



Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

*Diolah dari berbagai sumber

Gambar 1.2 Data UMKM 2018-2023
Sumber: Kadin, 2023

Menurut Partomo & Soejodono dalam (Mohamad & Utomo, 2017), keberadaan UMKM selama ini telah menjadi sumber kehidupan dari sebagian besar rakyat Indonesia. Yang menjadikan UMKM terus bertahan disaat krisis ekonomi adalah karena pertama, sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah. Kedua, sebagian besar UMKM menggunakan modal sendiri tanpa bantuan modal dari perbankan sehingga ketika terjadi krisis disektor perbank dan suku bunga bank naik tidak mempengaruhi kinerja dari UMKM itu sendiri. Ketiga, krisis ekonomi yang berkepanjangan terjadi kasus pemberhentian tenaga kerja disektor formal sehingga terjadi peningkatan jumlah pengangguran, pada akhirnya menyebabkan para pengangguran memasuki sektor informal dengan melakukan kegiatan usaha yang berskala kecil yang mengakibatkan terjadinya peningkatan jumlah UMKM.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik, pemulihan kondisi perekonomian merupakan agenda prioritas pemerintah Indonesia setelah terpuruk akibat pandemi COVID-19. Upaya pemerintah dalam mengendalikan pandemi COVID-19 telah berhasil mendongkrak angka pertumbuhan ekonomi sebesar 3,74 persen di tahun 2021 di Provinsi Jawa Barat. UMK mempunyai peran yang sangat penting dalam menggerakkan roda perekonomian Jawa Barat. Pengelolaan usaha ini dilakukan secara sederhana sehingga lebih banyak menjadi pilihan sebagai wadah usaha yang menghasilkan nilai ekonomi. Usaha ini menjadi pilihan utama karena memerlukan modal yang relatif kecil. Oleh sebab itu aktivitas UMK merupakan kegiatan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat dalam

mencukupi kebutuhan hidup. Dengan kata lain, UMK berperan sebagai dasar pembangunan ekonomi kerakyatan.

Salah satu kategori UMKM yang mempunyai peran sangat penting dalam perekonomian Indonesia yaitu kuliner. UMKM kuliner berpotensi menjadi penggerak perekonomian Indonesia karena bisnis yang tidak akan pernah mati. UMKM kuliner terus berkembang pesat seiring permintaan konsumen yang terus bertambah dan kebutuhan konsumen yang beraneka ragam (Prabowo, 2018). Berdasarkan data dari Open Data Jabar tahun 2023 di Jawa Barat terdapat 7.055.662 unit UMKM dengan berbagai kategorinya dan kategori terbesar terdapat di kuliner dengan jumlah mencapai 2.524.740 unit. Hal tersebut merupakan jumlah terbesar dibandingkan dengan kategori usaha lainnya di Provinsi Jawa Barat yang meliputi aksesoris, batik, bordir, *craft*, *fashion*, konveksi, dan jasa. Berikut ini merupakan tabel jumlah UMKM berdasarkan kategori usaha di Jawa Barat pada tahun 2023:

Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Jawa Barat Berdasarkan Kategori Usaha Tahun 2023

No	Kategori Usaha	Jumlah (Unit)
1	Aksesoris	16.425
2	Batik	16.425
3	Bordir	2.346
4	<i>Craft</i>	586.603
5	<i>Fashion</i>	572.525
6	Konveksi	349.615
7	Kuliner	2.524.740
8	Makanan	1.846.627
9	Minuman	342.576
10	Jasa/Lainnya	797.780

Sumber: Open Data Jabar, 2024

Untuk mewujudkan perekonomian yang produktif serta mampu bersaing dalam konteks ekonomi nasional, sangat penting bagi kita untuk memberi perhatian khusus pada potensi yang dimiliki oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai daerah di Indonesia. Setiap wilayah di Indonesia memiliki kekayaan dan karakteristik tersendiri yang dapat mendukung pertumbuhan UMKM, dan salah satu kota yang memiliki potensi besar dalam sektor ini adalah Kota Tasikmalaya. Di kota ini, UMKM berperan sebagai salah satu penggerak

utama dalam membangun perekonomian lokal, dengan kontribusi yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat setempat serta ketahanan ekonomi regional.

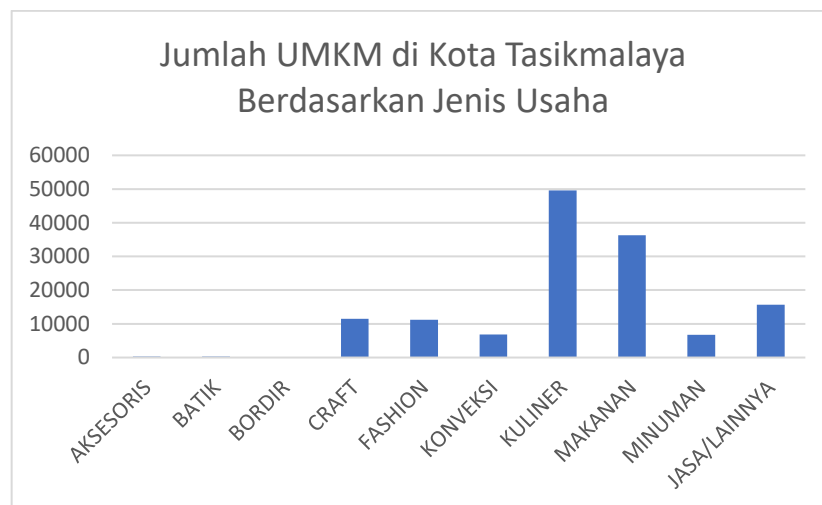
Kota Tasikmalaya, yang berada di provinsi Jawa Barat, Indonesia, dikenal sebagai Sang Mutiara dari Priangan Timur. Terletak di jalur utama selatan Pulau Jawa, kota ini memiliki posisi strategis yang memunculkan perkembangan bisnis yang signifikan. Seiring perkembangan bisnis, sejumlah besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tumbuh subur di Kota Tasikmalaya, termasuk sektor produksi tekstil, kerajinan tangan, dan makanan dan minuman. Kota Tasikmalaya merupakan salah satu kota dengan jumlah UMKM cukup banyak, terutama dalam sektor Industri Pengolahan (manufaktur). Ini dikarenakan kota Tasikmalaya memiliki reputasi yang kuat dalam berbagai industri, seperti makanan dan minuman, bordir, mendong, alas kaki, batik, payung geulis, serta beragam sektor manufaktur lainnya (Abdullah & Nugraha, 2020).



Gambar 1.3 Grafik Jumlah UMKM Kota Tasikmalaya Tahun 2021-2023
Sumber: Open Data Jabar, 2024

Berdasarkan data yang ditampilkan pada gambar 1.3, jumlah unit UMKM di Kota Tasikmalaya menunjukkan tren peningkatan yang konsisten setiap tahunnya. Pada tahun 2021, tercatat sebanyak 123.011 unit UMKM yang beroperasi di kota ini. Jumlah tersebut meningkat menjadi 130.620 unit pada tahun 2022. Peningkatan ini mencapai puncaknya pada tahun 2023, dengan total UMKM mencapai 138.704 unit, yang merupakan angka tertinggi dalam periode tersebut. Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan yang cukup signifikan dalam jumlah

UMKM di Kota Tasikmalaya dari tahun ke tahun, mencerminkan perkembangan yang positif dalam sektor ekonomi lokal. Pertumbuhan yang stabil ini menandakan bahwa UMKM di Tasikmalaya terus berkembang dan berkontribusi secara lebih besar terhadap perekonomian kota, memberikan dampak positif terhadap lapangan kerja serta kesejahteraan masyarakat setempat.



Gambar 1.4 Grafik Jumlah UMKM Kota Tasikmalaya 2023 Berdasarkan Jenis Usaha

Sumber: Open Data Jabar, 2024

Berdasarkan data dalam tabel, usaha kuliner dan makanan merupakan jenis UMKM yang paling dominan dengan jumlah mencapai 49.632 unit, persaingan dalam sektor ini tentu semakin ketat. Dengan demikian, UMKM di bidang kuliner perlu berinovasi serta mencari cara efektif untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah kompetisi. Seiring dengan berkembangnya era digital, konsumen dan produsen sudah sangat mudah untuk melakukan proses bisnis dimanapun dan kapanpun. Kondisi ini memicu persaingan bisnis yang semakin ketat, karena konsumen kini lebih mudah mengakses informasi dan menjadi lebih selektif dalam memilih produk. Oleh karena itu, produsen dituntut untuk terus berinovasi agar produk mereka dapat unggul dan bersaing dengan kompetitor. (Niode, 2021).

UMKM memiliki kedudukan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, namun bisnis UMKM tidak selalu berjalan mulus dikarenakan masih banyak hambatan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM, salah satu

kendala yang sering dialami ialah modal. Menurut data dari RPJMD Kota Tasikmalaya tahun 2023-2026 pertumbuhan ekonomi Kota Tasikmalaya mengalami perlambatan selama beberapa tahun terakhir. Dengan adanya pandemi COVID-19, maka semakin berdampak terhadap perekonomian Kota Tasikmalaya. Hal ini ditandai dengan terjadinya kontraksi pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 yaitu sebesar -2,01 persen. Beberapa permasalahan perekonomian Kota Tasikmalaya diantaranya belum optimalnya perkembangan UMKM, khususnya pada akses permodalan, pemanfaatan serta pengembangan akses pemasaran dan promosi berbasis digital literacy, belum meratanya penerapan standar produk usaha mikro dan kecil.

Di Indonesia, peran perempuan dalam dunia usaha terus mengalami peningkatan, termasuk dalam sektor kuliner yang menjadi salah satu pilihan utama karena dapat dijalankan dari rumah, lebih fleksibel, dan memiliki keterkaitan erat dengan peran domestik perempuan. UMKM kuliner milik perempuan berperan besar dalam menopang perekonomian keluarga, menyediakan lapangan pekerjaan, serta turut andil dalam pertumbuhan ekonomi daerah.

Kewirausahaan perempuan mendapat banyak perhatian karena dapat mendorong kemajuan sosial dan ekonomi suatu negara. Perempuan memiliki potensi besar untuk menggerakkan roda ekonomi, termasuk dengan memilih menjadi wirausaha sebagai pilihan karier. Dengan menjadi wirausaha, perempuan bisa berkontribusi pada perekonomian serta meningkatkan kesejahteraan diri, keluarga, dan masyarakat. Indonesia sendiri punya potensi besar untuk mendorong tumbuhnya wirausaha perempuan. (Anggadwita et al., 2021)

Studi yang dilakukan di Kota Padang oleh (Widia & Octafia, 2023) menyatakan bahwa *“social capital is deemed capable of building strong networks and has the potential to enhance the performance of women-led MSMEs”*. Artinya, keberadaan modal sosial menjadi kekuatan utama yang memungkinkan perempuan pelaku UMKM untuk membentuk jaringan usaha yang solid, memperoleh informasi pasar secara cepat, hingga membangun kepercayaan antara produsen dan konsumen. Penelitian tersebut menekankan bahwa perempuan cenderung lebih

aktif dalam membangun hubungan sosial dan menggunakan pendekatan berbasis komunitas untuk memperkuat daya saing bisnisnya.

Selain itu, studi yang dilakukan oleh Suriyanti et al. (2024) di Pekanbaru menunjukkan bahwa modal sosial memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja UMKM kuliner, dengan *kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi*. Hal ini berarti bahwa kekuatan jaringan sosial dan kepercayaan antar individu di lingkungan usaha perempuan mendorong lahirnya inovasi yang pada akhirnya meningkatkan performa bisnis.

Produk yang dihasilkan oleh pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tentunya memiliki kesamaan antara satu dengan yang lainnya. Hal ini menimbulkan suatu persaingan serta kerjasama dalam hubungan sosial yang mereka jalani. Inilah yang memunculkan suatu modal yang disebut sebagai modal sosial. Memulai suatu usaha modal tidak selalu identik dengan modal yang memiliki wujud seperti uang atau barang, tetapi juga modal yang tidak berwujud seperti modal intelektual, modal sosial, modal moral, dan modal mental (Suryana, 2007:5) dalam (Effendy, 2018).

Banyak faktor yang dihubungkan bisa mempengaruhi kesuksesan UMKM dalam menjalankan usahanya. Salah satunya yang dapat dianggap mempengaruhi kesuksesan UMKM ialah berasal dari *Social Capital* atau bisa diartikan sebagai modal sosial. *Social Capital* merupakan sebuah hubungan dan keterikatan antar individu dan kelompok. Dimana terbagi menjadi 2 macam yaitu *internal social capital* yang merupakan hubungan antara kelompok atau individu yang bekerja dalam suatu organisasi, dan *external social capital* yang merupakan hubungan asosiasi dengan para pemegang kepentingan perusahaan dan organisasi eksternal lainnya (Korkeila & Hamari, 2020).

Permodalan yang lemah dari masyarakat dapat diartikan sebagai suatu kekurangan kemampuan untuk mengelola modal yang sebenarnya sudah ada dalam usahanya. Hal ini juga tentunya terkait dengan permasalahan permodalan yang seyogyanya digunakan hanya untuk usaha, mereka gunakan juga untuk hal-hal di luar usaha yang dijalankan padahal hanya dari usaha yang dijalankan itulah mereka biasa memperoleh penghasilan (Yuda, 2019). Menurut Grootaert dalam

(Aminingrum & Tridakusumah, 2022), permodalan terbagi menjadi modal alam, modal fisik, modal manusia dan terdapat modal lain yang juga berkontribusi dalam menunjang suatu unit usaha yakni modal sosial.

Menurut penelitian dari (Eko Prasetyo et al., 2020), modal sosial memiliki peran yang signifikan dalam mendorong daya saing dan pertumbuhan ekonomi usaha kecil dan menengah (UMKM). Modal sosial, yang mencakup hubungan interpersonal, kepercayaan, serta jaringan sosial yang kuat, terbukti menjadi aset tidak berwujud yang sangat berpengaruh dalam membangun jaringan usaha dan memperkuat daya saing UMKM.

Menurut Putnam (Damsar, 2009:211) dalam (Effendy, 2018) modal sosial adalah investasi sosial yang meliputi sumber daya sosial seperti jaringan, kepercayaan, nilai dan norma dalam struktur hubungan sosial untuk mencapai tujuan individual atau kelompok secara efisien dan efektif dengan modal lainnya. Unsur-unsur yang terdapat pada modal sosial di atas berpotensi menjadi strategi para pelaku UMKM dalam menjalankan serta mempertahankan usaha produksi dan melakukan inovasi untuk bisa bersaing dengan kompetitornya. Modal sosial jaringan hal yang penting dikembangkan dalam usaha mikro kecil (UMK) untuk keberlangsungan usahanya. Karena jaringan merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi untuk menambah inovasi yang diterapkan dan berdaya saing usaha dengan beragam industri (Nikmah & Rahmawati, 2022).

Industri makanan dan minuman saat ini dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks dengan persaingan pasar yang semakin ketat. Keunggulan bersaing menjadi kunci penting bagi perusahaan yang mampu menawarkan hal-hal unik yang tidak dimiliki pesaing, atau memiliki atribut yang diinginkan oleh konsumen. Untuk mempertahankan posisinya di pasar, perusahaan harus terus mengembangkan keunggulan bersaing yang krusial demi mencapai kesuksesan jangka panjang. Secara umum, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan bersaing hanya dalam rentang waktu tertentu karena adanya upaya peniruan dari pesaing dan perubahan kondisi yang dapat melemahkan keunggulan tersebut (Niode, 2012).

Menurut (Wonglimpiyarat dalam Yunidiawati, 2013) dalam (Sain, 2019), *Innovation capability* atau kemampuan berinovasi adalah kemampuan untuk membawa pengetahuan baru atau teknologi untuk mengembangkan produk baru. Penelitian yang dilakukan oleh (Dwianto et al., 2023) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan serta penggerak pasar. Temuan ini sejalan dengan (Sunandar & Effendi, 2018) dalam (Hadi & Purwanti, 2020), yang menyatakan bahwa ketatnya persaingan memaksa secara tidak langsung kepada pelaku usaha demi mempertahankan bisnisnya dengan melakukan inovasi secara terus – menerus, karena pesaing akan meniru inovasi yang sudah dimiliki pelaku usaha. Inovasi mempunyai pengaruh yang penting terhadap perusahaan dalam melakukan terobosan-terobosan baru untuk meningkatkan kinerja usahanya (Hadi & Purwanti, 2020). Menurut (Andriani, 2011) dalam (Widjajanti et al., 2016), modal sosial yang tinggi berkontribusi meningkatkan kemampuan pengusaha untuk menjadi yang pertama dalam mengidentifikasi tren baru dan mencoba teknik baru (inovasi). Saling mendukung dan bekerja bersama-sama membentuk kualitas hubungan yang tinggi, sehingga dapat mempengaruhi kemampuan untuk mengenalkan ide-ide baru di dalam bisnisnya. Hasil penelitian (Andriani, 2011) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat modal sosialnya, semakin tinggi pula kemampuan inovasi yang dilakukan perusahaan.

Dalam penelitian mandiri yang dilakukan oleh (Essa, 2019), penelitian mengenai modal sosial yang menjadi referensi dalam penelitian Essa antara lain (Grootaert, 1999) yang melakukan studi di beberapa kota di Indonesia mengatakan bahwa modal sosial dapat meningkatkan kesejahteraan rumah tangga dan akses masyarakat terhadap lembaga keuangan, juga berperan untuk mencapai tingkat keberhasilan pelaksanaan program pembangunan. Modal sosial berperan dalam peningkatan kesejahteraan rumah tangga dan pertumbuhan ekonomi wilayah (Studi kasus : Provinsi Bali) (Putnam, 1993; Kajanoja dan Simpura 2000, dalam (Vipriyanti, 2007). Nilai indeks modal sosial Jawa Barat yang masih terbelakang rendah karena berada di urutan ke 24 dari 33 provinsi pada indeks modal sosial di

Indonesia sehingga perlu adanya peningkatan modal sosial di Jawa Barat agar dapat dijadikan modal pembangunan perekonomian (Rizaty, 2021).

Penelitian yang dilakukan (Eko Prasetyo et al., 2020) menunjukkan bahwa peran penting modal sosial kewirausahaan secara empiris terbukti signifikan dan kuat dalam mendorong daya saing kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi. Peran modal sosial penting dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing bisnis kewirausahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode eksploratif kuantitatif deskriptif rekursif.

Penelitian yang dilakukan oleh (Prayitno et al., 2022) menegaskan bahwa modal sosial memiliki peran signifikan dalam mendorong tindakan kolektif di Desa Pujon Kidul, terutama melalui jaringan sosial yang kuat. Tingginya tingkat kepercayaan, partisipasi aktif, dan kerjasama di antara masyarakat berkontribusi pada suksesnya program Desa Tangguh COVID-19. Untuk terus mengatasi tantangan pandemi, penting bagi masyarakat untuk mempertahankan modal sosial yang ada dan bagi pemerintah untuk menyediakan program yang tepat sasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh (Riadmojo, 2020) menunjukan bahwa lama usaha dan modal usaha berpengaruh terhadap tingkat produktivitas UMKM, dimana semakin lama pelaku usaha menjalankan usahanya maka akan meningkat pula produktivitas yang diperoleh dan semakin besar jumlah modal yang dikeluarkan maka akan meningkat pula pendapatan yang diterima. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis data adalah analisis regresi linier berganda.

Terlihat pada beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa modal sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan, akses ke lembaga keuangan, daya saing kewirausahaan, dan mendorong tindakan kolektif di berbagai wilayah. Modal sosial terbukti dapat meningkatkan produktivitas, daya saing bisnis, serta mendukung pelaksanaan program pembangunan yang sukses melalui jaringan sosial yang kuat, kepercayaan tinggi, dan partisipasi aktif. Selain itu, modal usaha dan lamanya usaha dijalankan juga berpengaruh terhadap produktivitas

UMKM.

Studi-studi ini menginspirasi penulis untuk mengeksplorasi peran modal

sosial dalam mendukung inovasi pada UMKM di sektor kuliner, yang belum banyak dibahas dalam konteks peningkatan daya inovasi UMKM. Di Kota Tasikmalaya, UMKM kuliner milik perempuan tumbuh secara signifikan, seiring dengan meningkatnya minat terhadap produk-produk makanan lokal yang kreatif dan kekinian. Namun, belum banyak kajian yang secara spesifik membahas bagaimana modal sosial berperan dalam meningkatkan kemampuan inovasi UMKM kuliner yang dikelola oleh perempuan di kota ini. *Research gap* yang diidentifikasi adalah kurangnya kajian mengenai bagaimana modal sosial mempengaruhi inovasi dalam UMKM sektor kuliner milik perempuan di Kota Tasikmalaya, khususnya dalam memanfaatkan jaringan sosial dan kepercayaan untuk menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan tersebut dan memberikan kontribusi pada pengembangan teori modal sosial dalam konteks inovasi UMKM. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Social Capital* Terhadap Inovasi Pada UMKM Sektor Kuliner Milik Perempuan di Kota Tasikmalaya.”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Seberapa besar persepsi penggunaan *Social Capital* di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Kuliner Milik Perempuan di Kota Tasikmalaya?
2. Seberapa besar persepsi Inovasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Kuliner Milik Perempuan di Kota Tasikmalaya?
3. Seberapa besar pengaruh *Social Capital* terhadap Inovasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Kuliner Milik Perempuan di Kota Tasikmalaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan mengkaji:

1. Untuk mengetahui seberapa besar persepsi penggunaan *Social Capital* di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Kuliner Milik Perempuan di Kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar persepsi Inovasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Kuliner Milik Perempuan di Kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Social Capital* terhadap Inovasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Kuliner Milik Perempuan di Kota Tasikmalaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan manfaat baik kegunaan secara teoritis yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi yaitu penelitian ini diharapkan memberikan panduan yang lebih spesifik bagi pelaku usaha dalam meningkatkan jaringan sosial dan modal sosial (*social capital*), tidak hanya untuk inovasi produk, tetapi juga untuk memperkuat kolaborasi dengan supplier, pelanggan, dan komunitas sekitar. Dengan demikian, pelaku usaha dapat memanfaatkan sumber daya sosial secara lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar.
2. Bagi Akademisi yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi studi lebih lanjut tentang peran *social capital* dalam sektor UMKM, khususnya di wilayah lokal seperti Tasikmalaya. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur terkait integrasi modal sosial dengan inovasi bisnis pada sektor Kuliner, yang dapat membantu memahami dinamika sosial yang mempengaruhi inovasi di industri ini.
3. Bagi Pemerintah dan Pengambil Kebijakan yaitu penelitian ini dapat digunakan sebagai basis pertimbangan dalam merancang kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM melalui penguatan *social capital*, seperti program pelatihan kolaboratif, jaringan bisnis, atau inkubator sosial yang dapat memfasilitasi pertukaran informasi dan inovasi.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.