

ABSTRAK

ANALISIS MODAL SOSIAL: PERAN KEPERCAYAAN, JARINGAN, DAN NORMA TERHADAP INOVASI UMKM BATIK Studi Tentang Modal Sosial di UMKM

Yosef Galih Widyawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif pengaruh modal sosial terhadap inovasi UMKM batik. Penelitian ini menggunakan kerangka ilmu ekonomi sosial (*Social Economics*) sebagai rujukan dalam menganalisis data yang ditemukan dari jurnal-jurnal penelitian sebelumnya, buku, dan artikel media cetak maupun daring. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa, modal sosial terdiri dari peran kepercayaan, jaringan, dan norma sosial berkontribusi dalam menghadapi persaingan bisnis di era Globalisasi dengan dukungan inovasi. Pada hasil penelitian ini norma sosial dan jaringan sosial, memiliki pengaruh nyata terhadap kinerja inovasi dan mampu mendorong UMKM dalam penjualannya. Adapun variabel rasa percaya tidak memberikan pengaruh secara nyata. Namun, memberikan manfaat dalam hubungan kerja sama. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pengelola UMKM batik untuk mempertimbangkan dalam mengembangkan UMKM batik dalam persaingan bisnis global di era modern.

Kata Kunci: Modal sosial, Globalisasi, Inovasi, UMKM.

ABSTRACT

***SOCIAL CAPITAL ANALYSIS: THE ROLE OF TRUST, NETWORKS, AND
NORMS TOWARDS INNOVATION OF SME CONCERNING ON BATIK
COMMODITY***

A Study on Social Capital in SMEs

Yosef Galih Widyawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2020

This study aims to understanding how effective the influence of social capital is on the innovation of SMEs concerning on batik commodity. This study uses a social economics framework as a reference in analyzing data found from previous research journals, books, and printed and online media articles The results of this study provide information that, social capital consists of the role of trust, networks, and social norms to contribute in facing business competition in the era of globalization with the support of innovation. In the results of this study, social norms and social networks have a real influence on innovation performance and are able to encourage SMEs in their sales. The trust variable does not have a real effect. However, it does provide benefits in cooperative relationships. This research can be a reference for managers of batik SME to consider developing batik SME in competition Global business in the modern era.

Keywords: Social capital, Globalization, Innovation, SMEs.