

PENGARUH JEJARING BISNIS PEMIMPIN DAN JEJARING PEMIMPIN DENGAN PEMERINTAH, KEMAMPUAN MENYERAP PENGETAHUAN, DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UKM

¹Firma Sulistiyowati, ²L. Bambang Harnoto, ³Vincentius Hans Kristian, ⁴Vincentius Seto Wicaksono

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, Indonesia

Corresponding author:

¹firma@usd.ac.id

Abstract

This study aims to examine the influence of leaders' business networks and leaders' networks with the government in creating competitive advantage of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), moderated by Knowledge Absorption Ability. This research pays attention to the leader's individual attributes which are important factors and the leader's social network and its interaction with the leader's ability to absorb knowledge, taking the context in Indonesia, especially in Bantul district, Yogyakarta. This study uses a quantitative approach with a survey method, namely by distributing questionnaires. Respondents in this study were 88 owners of wooden batik or hand-written batik MSMEs in Bantul Regency, Yogyakarta Special Region (DIY). The sampling technique used was convenience sampling due to considerations of data availability and convenience for researchers. Partial Least Square (PLS) with Structural Equation Modeling (SEM) application is the data analysis technique used in this study. The results of this study show that leaders' business networks affect the competitive advantage of MSMEs in Bantul Regency. Meanwhile, leaders' network with the government has no effect on competitive advantage in Bantul. Leaders' ability to absorb knowledge does not significantly affect the relationship between leaders' business networks and MSME excellence. Likewise, the leader's ability to absorb knowledge weakens the relationship between the leader's business network and MSME excellence.

Keywords: *Leader's Business Network, Leader's Network with Government, Knowledge Absorption Ability, MSME Competitive Advantage*

Abstrak

Studi ini bertujuan menguji pengaruh jejaring bisnis pemimpin dan jejaring pemimpin dengan pemerintah dalam menciptakan keunggulan kompetitif Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang dimoderasi oleh Kemampuan Menyerap Pengetahuan. Riset ini menaruh perhatian pada atribut individu pemimpin yang merupakan faktor penting dan jejaring sosial pemimpin serta interaksinya dengan kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan yang mengambil konteks di Indonesia khususnya di kabupaten Bantul, DIY. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah 88 pemilik UMKM batik kayu atau batik tulis di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* karena pertimbangan ketersediaan data dan kemudahan bagi peneliti. *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi *Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam studi ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jejaring bisnis pemimpin berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Bantul. Sementara itu, jejaring pemimpin dengan pemerintah tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif di Bantul.

Kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara jejaring bisnis pemimpin dengan keunggulan UMKM. Demikian juga kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan justru memperlemah antara jejaring pemimpin dengan pemerintah terhadap keunggulan kompetitif.

Kata kunci: *Jejaring Bisnis Pemimpin, Jejaring Pemimpin dengan Pemerintah, Kemampuan Menyerap Pengetahuan, Keunggulan Kompetitif UMKM*

PENDAHULUAN

Riset-riset sebelumnya telah membahas mengenai dampak karakteristik dan perilaku personal terhadap kinerja organisasi, yang meliputi keefektifan kelompok maupun *subordinator's voice*. Penelitian ini berusaha menjawab dua *research gap* berikut. Pertama, atribut individu *leader* (sifat, perilaku, sikap, dll) dan atribut dalam konteks situasional (struktur tugas, ketersediaan *leadership substitutes*, sifat proses keputusan, dll) merupakan prediktor yang penting dalam keefektifan *leadership* dan outcomes organisasional. Oleh karena itu riset ini menaruh perhatian pada jejaring sosial *leader*, dan interaksinya dengan kemampuan menyerap pengetahuan (*Knowledge Acquisition Capacity/ KAC*) perusahaan, yang tidak dibahas dalam riset-riset sebelumnya. Kedua, riset-riset sebelumnya selalu berkaitan dengan kontijensi jejaring sosial *leader* di dunia Barat. Sedangkan penelitian ini mengambil konteks dunia Timur, yaitu di Indonesia khususnya di Kabupaten Bantul, DIY, yang infrastrukturnya masih kurang berkembang, dukungan institusional kurang memadai, sumber daya kunci relatif kecil. Menurut Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan (KUKMPP) Bantul (2024) Pandemi covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 terhadap UMKM di Bantul berdampak cukup berat. Hampir sebagian besar UMKM di Bantul mengalami keterpurukan dan sampai dengan saat ini belum ada 50% yang bisa bangkit kembali (sumber: www.krjogja.com Kamis 14/3/2024). Berdasarkan kondisi tersebut, jejaring bisnis pemimpin dan jejaring pemimpin dengan pemerintah diprediksi mampu berperan kritis dalam memfasilitasi penyerapan pengetahuan yang penting bagi perusahaan untuk bertahan.

Rumusan masalah penelitian ini menguji efek *business ties* dan *government ties* terhadap keunggulan kompetitif yang dimoderasi oleh kemampuan menyerap pengetahuan. Penelitian ini akan menjawab apakah jejaring bisnis pemimpin dan jejaring pemimpin dengan pemerintah berhubungan positif dengan keunggulan kompetitif. Selain itu penelitian ini juga akan menjawab apakah kemampuan menyerap pengetahuan mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara jejaring bisnis pemimpin dan jejaring pemimpin dengan pemerintah terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

Riset ini berfokus pada dua bentuk relasi sosial yang penting, yaitu *business ties*, yang mengacu pada hubungan pribadi *leader* dengan organisasi bisnis, seperti pemasok, *key customers*, serta distributor kunci, dan *government ties*, yaitu hubungan pribadi *leader* dengan pejabat pemerintah yang berwenang. Adanya *business ties* dan *government ties* diharapkan akan membantu perusahaan dalam memperoleh sumber daya dan memudahkan terjadinya pertukaran informasi melalui interaksi pribadi. Kebaruan studi ini terletak pada konteks keunggulan kompetitif di sektor UMKM. Studi ini mengambil konteks di Indonesia khususnya di Kabupaten Bantul, DIY, yang infrastrukturnya relatif masih kurang berkembang, dukungan institusional kurang memadai, sumber daya kunci relatif kecil. Oleh karena itu jaringan sosial *leader* diharapkan dapat memainkan peran kritis dalam memfasilitasi akuisisi informasi yang terpercaya dan sumber daya yang penting bagi pertumbuhan dan keberlangsungan UMKM.

Kebaruan tersebut membedakan studi terdahulu yang dilakukan oleh Wu & Chen, (2012) di perusahaan di China. *Knowledge Acquisition* pernah diteliti oleh Ngoc & Tuan (2020), dengan melakukan survei terhadap 130 perusahaan di Vietnam yang menunjukkan bahwa akuisisi pengetahuan berpengaruh positif dalam inovasi. Temuan tersebut juga menyatakan bahwa, untuk

mencapai inovasi yang tinggi perusahaan seharusnya tidak terikat terhadap implementasi strategi kodifikasi tanpa memperhatikan strategi personalisasi. Kontribusi penelitian ini bagi pengelola UMKM adalah bahwa pemimpin (pengelola) UMKM harus memiliki jejaring baik dengan sesama pengelola UMKM maupun dengan pemerintah, serta memiliki kapabilitas dalam menyerap pengetahuan agar mampu bersaing dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan UMKM yang lain.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa pandangan, antara lain adalah *Resoures Based View* (RBV) dan *Competitive Advantage*. Keunggulan kompetitif merupakan keunggulan strategik suatu entitas bisnis yang melampaui entitas rivalnya dalam industri yang kompetitif. Hal senada diungkapkan oleh para penganut pandangan RBV, yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif utama yang harus dimiliki oleh perusahaan adalah sumber daya yang bernilai dan kapabilitas yang langka dan sulit untuk ditiru (Barney, 1991; Dierickx and Cool, 1989; Wernerfelt, 1984). Sedangkan pandangan relasional keunggulan kompetitif menyatakan bahwa hubungan idiosinkratis antar organisasi dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif (Dyer and Singh, 1998; Powell et al., 1996). Sehingga, konsekuensinya keunggulan kompetitif dapat diraih antar partner melalui hubungan idiosinkratis.

Keunggulan kompetitif akan tercapai jika terjadi keefektifan *leadership*, yaitu jika pemimpin memiliki hubungan yang baik dengan pihak internal maupun pihak eksternal organisasi. Modal sosial dapat terakumulasi melalui hubungan pertemanan (jejaring) yang baik (*social ties*). Oleh karena itu penting untuk menilai peran relasi sosial pemimpin dalam pencapaian keunggulan kompetitif. Demikian halnya yang terjadi di China, seorang pemimpin perlu menjalin hubungan yang harmonis, baik itu dengan para pemain bisnis maupun dengan pejabat pemerintah yang berwenang. Sistem membangun kepercayaan modal sosial dan jejaring interpersonal itulah yang dikenal dengan *guanxi*. *Guanxi* berfungsi sebagai pelumas dalam aktivitas bisnis untuk menggantikan peran tradisional keluarga Chinese (Chow and Ng, 2004). Berdasarkan teori kontijensi dan pandangan mengenai sumber daya, peran platform *leadership* sesuai dengan konteksnya pada keberlanjutan keunggulan kompetitif (Yang et al., 2022). Yang et al. (2022) memverifikasi pengaruh efek mediasi dari pembelajaran secara eksploratori dan eksploitatif terhadap hubungan antara platform *leadership* dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Riset ini menggunakan variabel Kemampuan Menyerap (KMP) sebagai variabel pemoderasi antara Jejaring Bisnis Pemimpin (JBP) dan Jejaring Pemimpin dengan Pemerintah (JPP) terhadap Keunggulan Kompetitif (KK) perusahaan. Keunggulan kompetitif di dunia pariwisata Provinsi Bali juga diteliti oleh (Adiputra and Mandala, 2017). Berdasarkan hasil penelitian mereka, keunggulan kompetitif adalah strategi yang di desain oleh perusahaan untuk mencapai peluang yang tidak dapat diduplikasi oleh pesaing untuk mengoptimalkan laba (Pakaya, 2011). Riset ini memiliki empat dugaan sementara (hipotesis) yang perlu diuji.

Hubungan Antara Jejaring Bisnis Pemimpin Dan Keunggulan Kompetitif

Jejaring bisnis pemimpin akan menguntungkan perusahaan karena perusahaan dapat mengakses berbagai ide dan informasi dari berbagai perspektif untuk mengembangkan produknya (Wu, 2011). Interaksi yang erat antar pemimpin di dunia bisnis mampu mengembangkan hubungan dan ketergantungan di antara para pemimpin bisnis tersebut dalam lingkungannya, sehingga mengurangi kendala perilaku oportunistik dan meningkatkan transfer pengetahuan (Li and Poppo, 2010). Pengaruh positif antara jejaring bisnis dengan kinerja finansial perusahaan dikonfirmasi melalui studi yang dilakukan oleh Sami dkk (2019). Ong dkk (2018) menyatakan bahwa studi terdahulu mengkonfirmasi keunggulan kompetitif mampu menjelaskan kinerja finansial UMKM.

Pemimpin UMKM dengan jejaring bisnis yang baik mampu meningkatkan keunggulan kompetitif melalui keunggulan diferensiasi dan keunggulan biaya, sehingga akan meningkatkan kinerja finansial UMKM. Interaksi dan komunikasi antar pemimpin bisnis juga akan mendorong perusahaan untuk berkompetisi baik secara individual maupun secara bersama-sama. Sehingga mampu mengatasi ketegangan di antara mereka dan mampu menyelaraskan kepentingan mereka (Li and Poppo, 2010). Oleh karena itu jejaring pemimpin dalam dunia bisnis akan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Maka hipotesis 1 dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1(H₁): Jejaring bisnis pemimpin berhubungan positif dengan keunggulan kompetitif UMKM.

Hubungan Jejaring Pemimpin Dengan Pemerintah Dan Keunggulan Kompetitif

Faccio, Masulis, dan John (2006) dalam Wu & Chen (2012) menyatakan bahwa jejaring pemimpin dengan pemerintah akan membantu perusahaan untuk mendapatkan sumber daya kunci seperti: tanah, perijinan, saluran distribusi, dan perlakuan istimewa dari pemerintah yang terkait dengan informasi regulasi dan legitimasi yang dicapai. Sehingga jejaring pemimpin dengan pemerintah berpengaruh terhadap peningkatan legitimasi perusahaan untuk dapat dipercaya oleh *stakeholder* karena menarik perhatian mereka. Jejaring pemimpin dengan pemerintah mampu memberikan akses istimewa bagi perusahaan terkait informasi mengenai perubahan kebijakan negara, rencana pengembangan industri, dan tujuan kebijakan pemerintah (Sheng et al., 2011). Jejaring politik (*political ties*) mampu menguntungkan perusahaan dalam memperoleh sumber daya utama dan legal melalui kebijakan-kebijakan yang memadai dan legitimasi politik sebagaimana perusahaan menginterpretasikan regulasi, implementasi kontrak, dan penyelesaian negosiasi (Dong dkk 2013). Oleh karena itu jejaring pemimpin dengan pemerintah akan membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif. Sehingga hipotesis 2 dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 2(H₂): Jejaring pemimpin dengan pemerintah berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

Hubungan Jejaring Bisnis, Kemampuan Menyerap Pengetahuan, Dan Keunggulan Kompetitif.

Studi ini memprediksi bahwa kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan akan memperkuat hubungan antara jejaring bisnis pemimpin dan keunggulan kompetitif perusahaan. Semakin kuat kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan akan memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan kapasitas penyerapan sehingga mampu mengidentifikasi dengan lebih baik dan akurat informasi-informasi yang penting dari hubungan bisnis para pemimpin (Wu and Chen, 2012). Kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan akan memungkinkan pemimpin untuk memanfaatkan jejaring bisnisnya. Semakin kuat kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan, akan memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan kapasitas penyerapan yang kuat sehingga perusahaan mampu lebih baik dan lebih akurat dalam mengidentifikasi informasi yang berguna dari jejaring bisnis pemimpin. Perusahaan dengan kemampuan menyerap pengetahuan yang kuat akan mengolah kepercayaan antar kedua belah pihak, dan membagikan norma norma di antara berbagai pihak yang akan memotivasi perusahaan mitra membagikan informasi dan *problem* mereka melalui proses pemecahan *problem* secara bersama-sama (Uzzi, 1996). Perusahaan dengan kemampuan menyerap pengetahuan yang tinggi dapat lebih cepat mengidentifikasi kesempatan-kesempatan potensial, memecahkan problem secara efisien, dan mengembangkan produk baru dibandingkan dengan pesaingnya. Perusahaan tersebut juga memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan terbuka terhadap teknologi baru, ide, maupun praktik baru (Dyer and Singh, 1998). Perusahaan

dengan kemampuan menyerap pengetahuan yang tinggi mampu menarik dan mengenali mitra potensial terbaik dalam jejaring bisnis mereka. Sehingga akan meminimalkan perilaku oportunistik dari mitra yang beresiko dan mengurangi biaya transaksi sehingga akan mendorong keunggulan kompetitif perusahaan. Sehingga kemampuan menyerap pengetahuan akan meningkatkan nilai jejaring bisnis pemimpin dalam meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mencapai keunggulan. Oleh karena itu hipotesis 3 akan dirumuskan sebagai berikut.

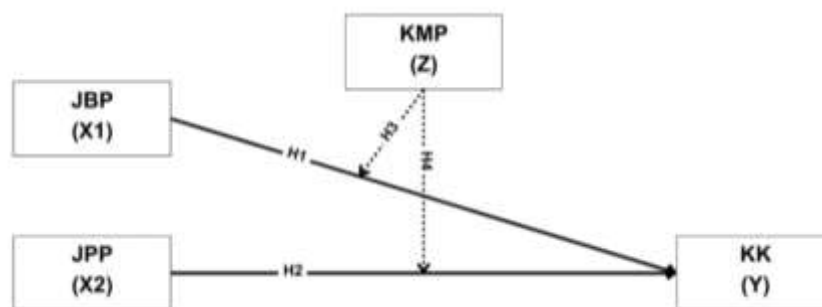
Hipotesis 3(H₃): Kemampuan Menyerap Pengetahuan memperkuat hubungan jejaring bisnis pemimpindengan keunggulan kompetitif UMKM.

Hubungan Jejaring Pemimpin Dengan Pemerintah, Kemampuan Menyerap Pengetahuan, Dan Keunggulan Kompetitif.

Pemimpin seharusnya tidak hanya membangun hubungan dengan mitra bisnis, tetapi juga sebaiknya meningkatkan teknologi yang mampu memberikan informasi secara aktif dalam industrinya baik yang berasal dari kompetitor maupun pemasok yang menjadi dasar keunggulan kompetitif berkelanjutan (Wu & Chen., 2012). Perusahaan dengan kemampuan menyerap pengetahuan yang tinggi akan mampu mengenali tren teknologi baru, memperoleh informasi yang terpercaya, dan mendapatkan akses sumber daya penting di dalam pasar melalui berbagai macam saluran (Zhou and Wu, 2010). Hal tersebut mampu mengurangi nilai jejaring pemerintah dalam membangun keunggulan kompetitif. Oleh karena itu tingginya biaya koordinasi (standar etis yang rendah dan tinggi, hubungan jangka pendek dan jangka panjang, perilaku *rent-seeking* dan *mutual benefiting*) itu akan memperkuat dampak negatif dari jejaring pemimpin dengan pemerintah terhadap keunggulan kompetitif perusahaan (Wu and Chen, 2012). Oleh karena itu kemampuan menyerap pengetahuan akan memperlemah pengaruh jejaring pemimpin dengan pemerintah terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Maka hipotesis 4 dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 4(H₄): Kemampuan menyerap pengetahuan memperlemah hubungan antara jejaring pemimpin dengan pemerintah dengan keunggulan kompetitif UMKM.

Berikut ini bagan yang menunjukkan rerangka konseptual penelitian



Gambar I Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM di sentra kerajinan Kabupaten Bantul DIY. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* yaitu sampel diambil berdasarkan ketersediaan data dan kemudahan akses bagi peneliti. Sampel yang digunakan adalah UMKM di Kabupaten Bantul yang bergerak di industri kerajinan dan masih beroperasi sampai penelitian dilakukan pasca pandemi COVID-19. Lokasi industri kerajinan tersebut hanya yang dapat dijangkau oleh peneliti, seperti

UMKM di Kapanewon Pajangan, Imogiri, Pandak, Pundong, dan Bantul yang bersedia mengisi kuesioner.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen, yaitu Jejaring Bisnis Pemimpindan Jejaring Pemimpin dengan Pemerintah. Variabel dependennya adalah Keunggulan Kompetitif. Variabel pemoderasi yang akan menunjukkan efek memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah Kemampuan Menyerap Pengetahuan. Pengukuran variabel menggunakan jawaban responden atas kuesioner yang dibagikan kepada responden. Sebelum kuesioner dibagikan dilakukan pengujian instrumen pertanyaan yaitu pengujian validitas dan reliabilitas instrumen. Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan apakah indikator pertanyaan tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan pengujian reliabilitas diperlukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas variabel yang diukur.

Analisis data untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan efek variabel pemoderasi terhadap variabel dependen dalam penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan teknik *Partial Least Square* (PLS) (Hartono and Abdillah, 2014). Kelebihan teknik PLS adalah mampu menguji efek prediksi hipotesis parsial dan hipotesis model yang diukur pada jenjang variabel laten dan dapat digunakan pada data yang terkendala asumsi klasik (Abdillah & JogHartono, 2020).

Indikator pernyataan dalam penelitian ini mengacu dan mengadaptasi penelitian Wu & Chen (2012) dengan total indikator pernyataan terdiri dari 15 butir. Masing-masing variabel meliputi: 3 butir pernyataan untuk mengukur variabel Jejaring Bisnis Pemimpin, yang meliputi hubungan personal yang baik dari pemimpin dengan pemasok, pembeli, dan distributor. Terdapat 4 butir pernyataan untuk mengukur variabel Jejaring Pemimpin dengan Pemerintah, yang meliputi hubungan personal yang baik dari pemimpin dengan pegawai pemerintah, dinas perdagangan atau industri, organisasi keuangan, dan otorisasi lokal. Ada 4 butir pernyataan untuk mengukur variabel Kemampuan Menyerap Pengetahuan yang terdiri dari perolehan informasi, observasi kompetitor, pengumpulan informasi dari berbagai media, dan komunikasi dengan pemasok. Selanjutnya 4 butir pernyataan untuk mengukur variabel Keunggulan Kompetitif, meliputi keunikan, kualitas, kecanggihan, dan pembeda produk tersebut dibandingkan kompetitor. Dari 15 indikator pernyataan tersebut, yang digunakan dalam penelitian ini hanya 10 pernyataan karena 5 indikator yang lain tidak memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Indikator pernyataan yang digunakan terdiri dari 2 pernyataan untuk mengukur Jejaring Bisnis Pemimpin, 2 pernyataan untuk Jejaring Pemimpin dengan Pemerintah, 3 pernyataan untuk mengukur Kemampuan Menyerap Pengetahuan, dan 3 pernyataan untuk mengukur Keunggulan Kompetitif.

Jenis dan Sumber Data

Studi ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para pelaku UMKM di beberapa sentra kerajinan seperti Krebbe (Batik Kayu), Wukirsari dan Pijenan (Batik Tulis), Pucung (Kerajinan Wayang Kulit), Manding (Kerajinan Tas dan Sepatu Kulit), Semampir (Kerajinan Gerabah), eksemplar. Dari 150 eksemplar tersebut jumlah kuesioner yang direspon atau diisi sebanyak 123 eksemplar. Terdapat 88 kuesioner yang dapat diolah, sedangkan sisanya sebanyak 35 kuesioner tidak dapat diolah karena tidak diisi dengan lengkap.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam studi ini adalah pelaku UMKM di sentra industri kerajinan yang berada di Kabupaten Bantul, khususnya yang berdomisili di desa Krebbe, Dadabong, Pringgading, Sendangsari (Kapanewon Pajangan); desa Karangkulon, Cengkehan, Giriloyo, Wukirsari (Kapanewon Imogiri); desa Wijirejo (Kapanewon Pandak); desa Semampir (Kapanewon

Pundong); desa Manding (Kapanewon Bantul); desa Pucung (Kapanewon Imogiri). Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *convenience sampling* yaitu dengan mempertimbangkan ketersediaan UMKM yang terdapat di industri kerajinan dan masih beroperasi sampai dengan saat ini. Terdapat 88 pelaku UMKM yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dari total 123 responden yang mengisi kuesioner, data 35 responden tidak dapat diolah lebih lanjut karena data tersebut tidak lengkap.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah daftar nama UMKM, alamat dan asal sentra yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dengan responden pemilik UMKM tersebut.

Tabel 1 Daftar Nama UMKM

No.	Nama UMKM	Alamat		Sentra
		Desa	Kapanewon	
1	Yuan Art	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
2	Batik Ramadhani	Dadabong	Pajangan	Batik Kayu
3	Awallu Product	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
4	Sogga Batik	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
5	Akbar Jaya	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
6	Dewi Sri	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
7	Karya Mandiri	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
8	Widoro Kandang	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
9	Erlanga Batik	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
10	Enggar Batik	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
11	Nagita Batik	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
12	Kajeng Muni	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
13	Sanggar Mahamerru	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
14	Sekar Melati	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
15	Sanggar Souvenir	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
16	Salsa Meubel	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
17	Batik 99	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
18	Sanggar Reni	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
19	Devia Art	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
20	Azzahra Batik	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
21	Tamarine Craf	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
22	Prima Batik	Pringgading	Pajangan	Batik Kayu
23	Ajik Craf	Dadabong	Pajangan	Batik Kayu
24	Sanggar Punokawan	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
25	Hasta Karya	Dadabong	Pajangan	Batik Kayu
26	Mifta Handycraf	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
27	Sanggar Rama Shinta	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
28	Maiza Art	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
29	Ragil 212	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
30	Sanggar Arjuna	Dadabong	Pajangan	Batik Kayu
31	Linggarjati	Krebet	Pajangan	Batik Kayu
32	Batik Kawung Prabu	Sendangsari	Pajangan	Batik Tulis

No.	Nama UMKM	Alamat		Sentra
		Desa	Kapanewon	
33	Erni Batik	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
34	Batik Bima Sakti	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
35	Savira Batik	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
36	Suka maju	Cengkehan	Imogiri	Batik Tulis
37	Sungging Tumpuk	Giriloyo	Imogiri	Batik Tulis
38	Salsabilla Batik	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
39	Nabilla Batik	Giriloyo	Imogiri	Batik Tulis
40	Siti Baroroh	Cengkehan	Imogiri	Batik Tulis
41	Madana Batik	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
42	Sidomukti (Giant)	Giriloyo	Imogiri	Batik Tulis
43	Batik Giricanting	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
44	Allatief	Cengkehan	Imogiri	Batik Tulis
45	Sri Kuncoro	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
46	Batik Giri indah	Cengkehan	Imogiri	Batik Tulis
47	SK Batik	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
48	Anggesti Utami	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
49	Batik Berkah Lestari	Karangkulon	Imogiri	Batik Tulis
50	Batik Bu Menik	Wijirejo	Pandak	Batik Tulis
51	Batik TOPO	Wijirejo	Pandak	Batik Tulis
52	Dirjo Sugito	Wijirejo	Pandak	Batik Tulis
53	Batik Ayu	Wijirejo	Pandak	Batik Tulis
54	Batik Ida Lestari	Wijirejo	Pandak	Batik Tulis
55	Gerabah Bu Sarinem	Semampir	Pundong	Gerabah
56	Cobek Eko Ismiyatun	Semampir	Pundong	Gerabah
57	Gerabah Idah	Semampir	Pundong	Gerabah
58	Gerabah Ahmad Nur Basuki	Semampir	Pundong	Gerabah
59	Satijan	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
60	Dika collection	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
61	Mujiyah	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
62	Wartini	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
63	Mukijan	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
64	Israhadi	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
65	Yanto Kulit	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
66	Fatimah Handy Craft	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
67	Suratman	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
68	Akhis Leather	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
69	Roosman Leather	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
70	Subardi Leather	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
71	Indro Jaya	Manding	Bantul	Kerajinan Kulit
72	Pengrajin Sajiyo	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
73	Wawan Wayang	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
74	Jomono	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
75	Anggun Sadewa Wakiban	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit

No.	Nama UMKM	Alamat		Sentra
		Desa	Kapanewon	
76	Edisi Siswanto	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
77	Wasiman	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
78	Ponimin	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
79	Omah Wayang Maju Karya	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
80	Dedi Jago Wayang	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
81	Van Vin Wayang	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
82	Pengrajin Wayang Kulit	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
83	Wonisar	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
84	Heriyanto	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
85	Kerajinan Wayang Kulit	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
86	Ervin	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
87	Mujiyanto	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit
88	Dhimas	Pucung	Imogiri	Wayang Kulit

Sumber: Data diolah (2024)

Outer Model

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Konvergen

Indikator	Variabel Laten						Status
	JBP	JPP	KMP	KK	KMP x JPP	KMP x JBP	
JBP 1	0,947						Valid
JBP 3	0,962						Valid
JPP 3		0,923					Valid
JPP 4		0,792					Valid
KMP 2			0,813				Valid
KMP 3			0,857				Valid
KMP 4			0,799				Valid
KK 1				0,749			Valid
KK 3				0,849			Valid
KK 4				0,742			Valid
KMP x JBP						1,000	Valid
KMP x JPP					1,000		Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Determinan

Indikator	Variabel Laten						Status
	JBP	JPP	KMP	KK	KMP x JPP	KMP x JBP	
JBP 1	0,947	0,182	0,547	0,540	-0,127	-0,236	Valid
JBP 3	0,962	0,290	0,655	0,622	-0,125	-0,335	Valid
JPP 3	0,233	0,923	0,404	0,417	0,038	-0,195	Valid
JPP 4	0,198	0,792	0,324	0,262	0,263	-0,053	Valid
KMP 2	0,409	0,479	0,813	0,567	0,205	-0,195	Valid
KMP 3	0,609	0,327	0,857	0,574	0,051	-0,134	Valid
KMP 4	0,554	0,232	0,799	0,469	0,104	-0,073	Valid
KK 1	0,453	0,266	0,405	0,749	-0,014	-0,058	Valid

KK 3	0,514	0,445	0,619	0,849	0,014	-0,077	Valid
KK 4	0,453	0,217	0,488	0,742	0,092	-0,041	Valid
KMP x JBP	-0,303	-0,160	-0,167	-0,128	0,380	1,000	Valid
KMP x JPP	-0,132	0,143	0,146	0,024	1,000	0,380	Valid

Uji Validitas dalam studi ini diukur dengan melakukan uji validitas konvergen dan uji validitas determinan antara variabel laten dan indikatornya. Kuesioner yang diacu dalam studi ini berasal dari penelitian Wu & Chen (2012) yang semula terdiri dari 15 butir pernyataan. Namun dalam studi ini pernyataan yang valid untuk mengukur variabel JBP adalah indikator pernyataan nomor 1 dan 3. Indikator pernyataan untuk mengukur variabel JPP adalah nomor 3 dan 4, dan indikator pernyataan untuk mengukur variabel KMP adalah nomor 2, 3, dan 4, dan indikator pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel KK adalah nomor 1,3, dan 4. Sehingga total jumlah indikator pernyataan yang diuji dalam penelitian ini adalah 12 indikator.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Reliabilitas Komposit	Keterangan
JBP	0,903	0,919	Reliabel
JPP	0,663	0,761	Reliabel
KMP	0,763	0,771	Reliabel
KK	0,683	0,707	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024)

Uji Reliabilitas dari keempat variabel laten menunjukkan semuanya reliabel dengan nilai Cronbach's alpha sebesar > 0,6.

Inner Model

Tabel 5 Hasil Uji R-Square

Variabel Dependen	R-square	R-square adjusted
KK	0,520	0,490

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 5 menunjukkan R-square sebesar 0,520, yang bermakna bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 52 persen. Hal tersebut berarti bahwa sebanyak 48 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam studi ini.

Tabel 6 Hasil Uji F-Square

Variabel Independen	f-square
JBP	0,126
JPP	0,053
KMP	0,152

Sumber: Data diolah (2024)

Menurut (Cohen, 1992) dalam (Sarstedt et al., 2021) menyatakan bahwa nilai f-square dapat digunakan untuk menilai apakah ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antarvariabel (Wong, 2013). Nilai f-square dikategorikan memiliki hubungan yang lemah jika berada pada angka $\leq 0,02$. Nilai f-square $> 0,02 - \leq 0,15$ dikategorikan memiliki hubungan sedang. Sedangkan nilai f-square $> 0,15 - \leq 0,35$ dikategorikan memiliki hubungan yang kuat.

Hasil riset ini menunjukkan bahwa nilai f-square untuk variabel JBP sebesar 0,126. Artinya, terdapat hubungan yang sedang antara variabel JBP dengan variabel KK. Tabel 6 juga menunjukkan bahwa nilai f-square untuk JPP sebesar 0,053 yang artinya hubungan antara variabel JPP dan variabel KK termasuk kategori sedang. Sementara itu variabel KMP memiliki nilai

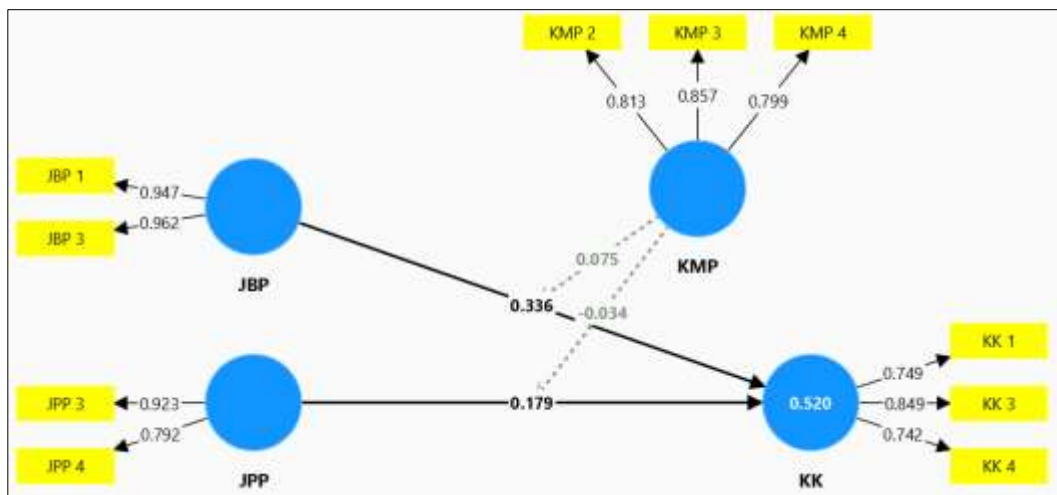
f-square sebesar 0,152 yang artinya variabel KMP memiliki hubungan yang kuat dengan variabel KK.

Tabel 7 Hasil Uji Estimate for Path Coefficient

	Path Coefficient	P values	Keterangan
JBP -> KK	0,336	0,002	Positif & Signifikan
JPP -> KK	0,179	0,080	Positif & tidak Signifikan
KMP -> KK	0,387	0,003	Positif & Signifikan
KMP x JBP -> KK	0,075	0,384	Positif & tidak Signifikan
KMP x JPP -> KK	-0,034	0,613	Negatif & tidak Signifikan

Sumber: Data diolah (2024)

Path coefficient dalam penelitian digunakan untuk menentukan arah hubungan hipotesis, apakah hipotesis tersebut menunjukkan arah positif atau negatif. Nilai *path coefficient* yang berada pada rentang 0 sampai dengan 1 menunjukkan arah yang positif. Sebaliknya nilai *path coefficient* pada rentang -1 sampai dengan 0 menunjukkan arah yang negatif (Ghozali, 2016). Andrade (2019) menyatakan bahwa *P-value* sebesar 5 persen artinya probabilitas kesalahan yang dapat diterima dalam riset ini sebesar 0,05.



Gambar II Model Penelitian

Merujuk pada Tabel 7 dan Gambar II menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Jejaring Bisnis Pemimpin (JBP) dan Jejaring Bisnis Pemimpin dengan Pemerintah (JPP) terhadap Keunggulan Kompetitif (KK) UMKM, yang dimoderasi oleh Kemampuan Menyerap Pengetahuan (KMP).

Hipotesis 1 (H1) menyatakan bahwa Jejaring Bisnis Pemimpin (JBP) berpengaruh terhadap Keunggulan Kompetitif (KK) UMKM, hal tersebut terbukti dalam penelitian ini bahwa JBP mempengaruhi KK sebesar 0,336. Hipotesis 2 (H2) menyatakan bahwa Jejaring Pemimpin dengan Pemerintah (JPP) berpengaruh terhadap Keunggulan Kompetitif (KK) UMKM, hal tersebut terbukti dalam penelitian ini sebesar 0,179. Hipotesis 3 (H3) menyatakan bahwa pengaruh Jejaring Bisnis Pemimpin (JBP) terhadap Keunggulan Kompetitif (KK) UMKM dimoderasi oleh Kemampuan Menyerap Pengetahuan (KMP), hal tersebut tidak terbukti karena p-value sebesar 0,384 > 0,05. Hipotesis 4 (H4) menyatakan bahwa pengaruh Jejaring Pemimpin dengan Pemerintah (JPP) terhadap Keunggulan Kompetitif (KK) UMKM dimoderasi oleh Kemampuan Menyerap Pengetahuan (KMP), hal tersebut tidak terbukti karena p-value sebesar 0,613 > 0,05.

Secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa baik Jejaring Bisnis Pemimpin (JBP) dan Jejaring Pemimpin dengan Pemerintah (JPP) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif (KK) UMKM, namun Kemampuan Menyerap Pengetahuan (KMP) tidak

memperkuat hubungan antara Jejaring Bisnis Pemimpin (JBP) ataupun Jejaring Pemimpin dengan Pemerintah (JPP) terhadap Keunggulan Kompetitif (KK) UMKM.

Tabel 8 Hasil Statistik Deskriptif

	Mean	Median	Observed min	Observed max	Standard deviation	Kategori
JBP 1	3,500	4,000	2,000	4,000	0,522	Sangat tinggi
JBP 3	3,455	3,500	2,000	4,000	0,582	Sangat tinggi
JPP 3	3,159	3,000	2,000	4,000	0,449	Tinggi
JPP 4	3,193	3,000	2,000	4,000	0,423	Tinggi
KMP 2	3,114	3,000	2,000	4,000	0,463	Tinggi
KMP 3	3,148	3,000	2,000	4,000	0,594	Tinggi
KMP 4	3,307	3,000	2,000	4,000	0,530	Sangat tinggi
KK 1	3,295	3,000	2,000	4,000	0,481	Sangat tinggi
KK 3	3,057	3,000	2,000	4,000	0,530	Tinggi
KK 4	3,295	3,000	2,000	4,000	0,481	Sangat tinggi

Sumber: Data diolah (2024)

Untuk menganalisis data di atas dapat dilakukan pengkategorian sbb. Kategori dikelompokkan menjadi 4 yaitu sangat rendah, rendah, kuat sangat kuat dengan rentangan berturut-turut sangat rendah (1 – 1,75); rendah (>1,75 – 2,50); tinggi (>2,50 – 3,25) dan sangat tinggi (>3,25 – 4). Berdasarkan hasil statistik deskriptif di atas dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel laten dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi dan sangat tinggi, artinya kemampuan pemimpin dalam membentuk jaringan bisnis dengan kolega, jaringan dengan pemerintah, kemampuan mengolah pengetahuan dan keunggulan kompetitif UMKM sudah bagus. Hubungan yang solid antara pemimpin dengan dunia bisnis akan mampu membuka pintu kolaborasi untuk peluang bisnis baru. Karena memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan, sumber daya, dan dukungan finansial yang diperlukan untuk perkembangan bisnis.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wu and Chen, 2012) yang dilakukan di China bahwa keuntungan kompetitif perusahaan tidak dipengaruhi oleh hubungan antara jejaring pemimpin dengan pemerintah. Sebaliknya keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh jejaring bisnis pemimpin. Penelitian (Wu and Chen, 2012) juga menyatakan bahwa kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan justru memperlemah hubungan antara jejaring pemimpin dengan pemerintah terhadap keunggulan kompetitif. Namun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian (Wu and Chen, 2012) adalah kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara jejaring bisnis pemimpin terhadap keunggulan kompetitif UMKM, dimana dalam penelitian (Wu and Chen, 2012) justru kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan memperlemah hubungan tersebut. Hal ini karena pemerintah daerah secara yurisdiksi memiliki otoritas untuk menentukan regulasi dan kebijakan dalam pendapatan pajak daerah jika dibandingkan dengan pemerintah pusat. Sehingga tidak mendukung peningkatan keunggulan kompetitif UMKM (Zheng et al., 2014).

Pentingnya teori modal sosial dalam riset kepemimpinan akan mempengaruhi keefektifan organisasi. Berdasarkan teori modal sosial yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara jejaring sosial pemimpin dengan keunggulan kompetitif perusahaan. Jejaring sosial pemimpin, baik hubungannya dengan dunia bisnis dan pemerintah memainkan peranan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan, apalagi jika didukung oleh kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan. Namun dalam penelitian ini dugaan sementara tersebut tidak terbukti, ternyata kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara jejaring pemimpin dalam dunia bisnis maupun hubungannya dengan pemerintah terhadap peningkatan keunggulan kompetitif UMKM. Hal itu disebabkan kemampuan

pemimpin dalam menjalin hubungan dengan dunia bisnis maupun dengan pemerintah tidak bergantung kepada banyak sedikitnya pengetahuan yang diserap oleh pemimpin, namun dipengaruhi oleh pengalaman pemimpin dalam berinteraksi sosial (Loree D., Bapuji H., & Crossan M., 2012).

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI

Dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa jejaring bisnis pemimpin berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Bantul. Hubungan yang baik antara pemimpin dengan mitra bisnis mampu memperluas kerjasama dan peluang dalam mengembangkan bisnis baru sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan, sumber daya, dan dukungan finansial. Sementara itu jejaring pemimpin dengan pemerintah tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Bantul karena pemerintah daerah berwenang menentukan pajak daerah dan kebijakan daerah yang seringkali kurang mendukung keunggulan kompetitif. Kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap hubungan antara jejaring bisnis pemimpin dengan keunggulan kompetitif UMKM. Demikian juga kemampuan pemimpin dalam menyerap pengetahuan justru memperlemah hubungan antara jejaring pemimpin dengan pemerintah terhadap keunggulan kompetitif.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah tidak dapat mencakup semua UMKM yang ada di Bantul, sehingga sampel yang diperoleh hanya didasarkan pada sentra UMKM yang masih beroperasi pasca pandemi COVID-19. Selain itu tingkat pendidikan para pelaku UMKM beraneka ragam, sehingga kemampuannya dalam memahami kuesioner berbeda-beda sehingga kemungkinan dapat mempengaruhi jawaban responden.

Implikasi hasil penelitian ini mengingatkan kepada pengelola UMKM untuk menyediakan lebih banyak waktu dan energi dalam mengembangkan kapabilitas organisasi dan membangun hubungan dengan mitra bisnis yang merupakan sumber keunggulan kompetitif dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Jogiyanto Hartono, B.U., 2020. Konsep dan aplikasi: Structural equation modeling berbasis varian dalam penelitian bisnis.
- Adiputra, I.P.P., Mandala, K., 2017. Pengaruh Kompetensi Dan Kapabilitas Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud* 6, 6090–6119.
- Andrade, C., 2019. The P Value and Statistical Significance: Misunderstandings, Explanations, Challenges, and Alternatives. *Indian J Psychol Med* 41, 210–215. https://doi.org/10.4103/IJPSYM.IJPSYM_193_19
- Bapuji, H., Loree, D., & Crossan, M. (2011). Relying On External Knowledge for Competitive Advantage [Data set]. In *Forbes India*.
- Barney, J., 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *J Manage* 17, 99–120.
- Chow, I.H.-S., Ng, I., 2004. The characteristics of Chinese personal ties (guanxi): Evidence from Hong Kong. *Organization Studies* 25, 1075–1093.
- Cohen, J., 1992. A power primer. *Psychol Bull* 112, 155–159. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>
- Dierickx, I., Cool, K., 1989. Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. *Manage Sci* 35, 1504–1511.

- Dong, M.C., Li, C.B. and Tse, D.K. (2013), "Do business and political ties differ in cultivating marketing channels for foreign and local firms in China?", *Journal of International Marketing*, Vol. 21 No. 1, pp. 39-56.
- Dyer, J.H., Singh, H., 1998. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of management review* 23, 660–679.
- Faccio, M., Masulis, R., John, J.M., 2006. Political Connections and Corporate Bailouts. *Journal of Finance* 61, 2597–2635.
- Ghozali, I., 2016. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23.
- Hartono, J.M., Abdillah, W., 2014. Konsep Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk penelitian empiris, Edisi Pertama. Cetakan Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Li, J.J., Poppo, L.Z.K.Z., 2010. Relational Mechanisms, Formal contracts, and Local Knowledge Acquisition by International Subsidiaries. *Strategic Management Journal* 31, 349–370.
- Ngoc Thang, N., Anh Tuan, P., 2020. Knowledge acquisition, knowledge management strategy and innovation: An empirical study of Vietnamese firms. *Cogent Business & Management* 7, 1786314.
- Ong, J. W., Ismail, H., & Yeap, P. F. (2018). Competitive advantage and firm performance: the moderating effect of industry forces. *International Journal of Business Performance Management*, 19(4), 385. doi:10.1504/ijbpm.2018.095069
- Pakaya, A.R., 2011. Pengaruh Manajemen Sumberdaya Manusia Strategi Dan Manajemen Transformasi Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Inovasi* 8.
- Powell, W.W., Koput, K.W., Smith-Doerr, L., 1996. Interorganizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology. *Adm Sci Q* 116–145.
- Sami, P., Rahnavard, F., & Alavi Tabar, A. (2019). The effect of political and business ties on firm performance. *Management Research Review*. doi:10.1108/mrr-12-2017-0439
- Sarstedt, M., Ringle, C.M., Hair, J.F., 2021. Partial Least Squares Structural Equation Modeling, in: *Handbook of Market Research*. Springer International Publishing, Cham, pp. 1–47. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- Sheng, S., Zhou, K., Li, J., 2011. The Effects of Business and Political Ties on Firm Performance: Evidence from China. *J Mark* 75, 1–15. <https://doi.org/10.2307/25764291>
- Uzzi, B. 1996. The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: The network effect. *American Sociological Review*, 61(4): 674–698.
- Wernerfelt, B., 1984. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal* 5, 171–180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Wong, K.K.-K., 2013. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing bulletin* 24, 1–32.
- Wu, J., 2011. Asymmetric Roles of Business Ties and Political Ties in Product Innovation. *J Bus Res* 64, 1151–1156. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.06.014>
- Wu, J., Chen, X., 2012. Leaders' social ties, knowledge acquisition capability and firm competitive advantage. *Asia Pacific Journal of Management* 29, 331–350. <https://doi.org/10.1007/s10490-011-9278-0>
- Yang, X., Jin, R., Zhao, C., 2022. Platform leadership and sustainable competitive advantage: the mediating role of ambidextrous learning. *Front Psychol* 13, 836241.
- Zheng, W., Singh, K. and Mitchell, W. (2014), "Buffering and enabling: the impact of interlocking political ties on firm survival and sales growth", *Strategic Management Journal*, Vol. 36 No. 11, pp. 1615-1636.
- Zhou, K.Z., Wu, F., 2010. Technological Capability, Strategic Flexibility, and Product Innovation. *Strategic Management Journal* 31, 547–561.