

**PERAN MODAL SOSIAL PADA PENGEMBANGAN BISNIS
DENGAN KELEMBAGAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(Studi Empirik Paguyuban Sayur Keliling Sukses Mulya Sayur
Rotonongo)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

DIKI FADHILAH RAHMAD

B 100170399

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN MODAL SOSIAL PADA PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN
KELEMBAGAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empirik Paguyuban Sayur Keliling Sukses Mulya Sayur Rotonongo)**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

DIKI FADHILAH RAHMAD

B 100 170 399

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Sidiq Permono Nugroho, S.E., M.M

NIK. 1001623

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN MODAL SOSIAL PADA PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN
KELEMBAGAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empirik Paguyuban Sayur Keliling Sukses Mulya Sayur Rotonongo)

OLEH

DIKI FADHILAH RAHMAD

B 100 170 399

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 13 Januari 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Nur Ahmad S.E., M.Si.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Lukman Hakim, S.E., M.Si.
(Anggota Dewan Penguji)
3. Sidiq Permono Nugroho, S.E., M.M.
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Svamsudin, M.M)

NIK/NIDN: 19570217 1986 031 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 13 Januari 2021

Penulis



DIKI FADHILAH RAHMAD

B100170399

**PERAN MODAL SOSIAL PADA PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN
KELEMBAGAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empirik Paguyuban Sayur Keliling Sukses Mulya Sayur Rotonongo)**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran modal sosial pada pengembangan bisnis dengan kelembagaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan pada Paguyuban Sayur Keliling Sukses Mulya Sayur Rotonongo dengan menggunakan sampel sebanyak 40 responden yang merupakan anggota dari paguyuban sayur keliling SMSR. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan sampling jenuh dan data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan tiga persamaan dan menggunakan beberapa variabel yaitu dimensi struktural modal sosial, dimensi relasional modal sosial, dimensi kognitif modal sosial, kelembagaan dan pengembangan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dimensi struktural modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis pada Paguyuban SMSR. Dimensi relasional modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis pada Paguyuban SMSR. Dimensi kognitif modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis pada Paguyuban SMSR. Kelembagaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis pada Paguyuban SMSR. Dimensi struktural modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR yang dimoderasi kelembagaan. Dimensi relasional modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR yang dimoderasi kelembagaan. Dimensi kognitif modal sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR yang dimoderasi kelembagaan. Peran modal sosial pada pengembangan bisnis tidak mampu dimoderasi oleh kelembagaan secara maksimal dalam mempengaruhi pengembangan bisnis yang dapat dilihat dari nilai R Square persamaan regresi I sebesar 0,574, persamaan regresi II sebesar 0,638 dan persamaan regresi III sebesar 0,528 yang artinya kekuatan dari kelembagaan sebagai variabel moderasi lemah karena nilai R Square turun jika dibandingkan R Square tanpa variabel moderasi. Hasilnya dengan kelembagaan sebagai variabel moderasi itu hanya mampu memperkuat dimensi struktural dan dimensi relasional modal sosial akan tetapi justru memperlemah hubungan dimensi kognitif modal sosial dengan pengaruhnya tidak signifikan dalam mempengaruhi pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR.

Kata Kunci: modal sosial, kelembagaan, pengembangan bisnis

Abstract

This study aims to analyze social institutions in institutional business development as a moderating variable. This research was conducted at the Successful Mulya Sayur Rotonongo Mobile Vegetable Association by using a sample of 40 respondents who were members of the SMSR mobile vegetable association. The

sampling method used non probability sampling with saturated sampling and the data used were primary data and secondary data. The data analysis method used is multiple linear analysis with three equations and uses several variables, namely the structural dimensions of social capital, the relational dimension of social capital, the cognitive dimensions of social capital, institutional and business development. The results showed that the social structural dimension had a positive and significant effect on business development at the SMSR Association. The relational dimension of social capital has a positive and significant effect on business development at the SMSR Association. The cognitive dimension of social capital has a positive and significant effect on business development at the SMSR Association. Institutions have a positive and significant effect on business development at the SMSR Association. The structural dimension of capital has a positive and significant effect on business development in the institutionally moderated SMSR association. The relational dimension of social capital has a positive and significant effect on business development in the institutionally moderated SMSR association. The cognitive dimension of social capital has a positive and insignificant effect on business development in the institutionally moderated SMSR association. The role of social capital in business development cannot be moderated by the maximum institutional influence in business development which can be seen from the R Square value of regression equation I of 0.574, regression equation II of 0.638 and regression equation III of 0.528, which means the strength of the institution as a weak moderating variable because the value of R Square decreases when compared to R Square without a moderating variable. The result is that institutionalization as a moderating variable is only able to strengthen the structural and relational dimensions of social capital, but it weakens the cognitive dimension of social capital with its insignificant effect in influencing business development in the SMSR association.

Keywords: social capital, institutional, business development

1. PENDAHULUAN

Kebudayaan adalah kompleks keseluruhan dari pengetahuan, kesenian, keyakinan, hukum, moral, adat istiadat dan semua kemampuan serta kebiasaan yang lain yang diperoleh oleh seseorang sebagai anggota masyarakat (Prayogi, 2020). Dalam perdaban ini sering dikaji dalam masyarakat secara kompleks dan luas yang meliputi pengetahuan dalam masyarakat, kepercayaan dalam masyarakat dan lain-lain (Budaya *et al.*, 2016). Asyhari (2017) mengutarakan ada banyak budaya di Indonesia, sehingga terdapat nilai-nilai utama (*core value*) yang didasarkan pada kriteria bahwa nilai-nilai itu harus dapat diterima dan diamalkan baik dalam sikap maupun perilaku sebagian besar masyarakat Indonesia. Nilai-nilai tersebut adalah harmonis, toleransi, gotong royong, religius, prasaja, musyawarah untuk

mufakat, kesatria, dan dinamis. Kemudian juga menambahkan bahwa nilai-nilai budaya tersebut juga mendasari pola tindak sistem sosial budaya masyarakat yang ada di Indonesia.

Modal Sosial adalah suatu sumber daya yang ada pada individu-individu yang berasal dari interaksi kelompok karena adanya kepercayaan, hubungan timbal balik, dan kerjasama yang dibentuk satu sama lainnya demi sebuah tujuan (Soepriadi, 2014). Modal sosial menjadi sebuah seperangkat “hubungan horisontal” antara orang-orang yang ada didalam dan saling berpengaruh pada peningkatan produktivitas komunitas. Hubungan ini terdiri menjadi sebuah jaringan ikatan masyarakat dan norma-norma sosial. Sehingga dapat dilihat bahwa inti dari konsep modal sosial adalah kepercayaan dan kerjasama dalam sebuah perkumpulan, seperti yang dinyatakan oleh sebagai kerjasama berdasarkan kelaziman kepercayaan dalam (Relations, Relations and Affairs, 2014).

Di tengah fenomena sosial seperti inilah peran modal sosial dapat dirasakan. Modal sosial menjadikan suatu konsep yang muncul sebagai hasil dari interaksi masyarakat dalam jangka waktu yang lama dan berkelanjutan. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa menjalankan hidup sendiri dalam arti manusia membutuhkan bantuan orang lain dalam melangsungkan kehidupannya. Melihat peran modal sosial, dapat diketahui bahwa banyak cara untuk mencapai tujuan peran modal sosial dengan adanya suatu komunitas atau lembaga yang mengelola dengan baik. Komunitas atau lembaga inilah yang nantinya terdiri dari perkumpulan orang yang bekerja didalamnya dalam mengelola perkumpulan modal (*capital based association*), karena pada dasarnya sebuah komunitas atau lembaga itu pada dasarnya memaksimalkan fungsinya pada sumber daya manusianya (*human centre development*). Dengan landasan ini, sudah barang tentu menjadi tugas komunitas atau lembaga untuk mampu mengartikulasikan modal sosial lebih luas demi kepentingan dan kemajuan bersama (Faedlulloh, 2015).

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa nilai – nilai budaya yang ada di masyarakat seiring berjalannya waktu sudah mulai pudar eksistensinya, yang mengakibatkan menurun interaksi sosial dalam masyarakat yang menerapkan

adanya kepercayaan, hubungan timbal balik, dan kerjasama yang dibentuk satu sama lainnya untuk sebuah tujuan dalam sehari-hari. Disisi lain, dunia bisnis yang didalamnya ada satu kelompok yang memiliki sikap perilaku sosial yang saling percaya, bekerja sama dan memiliki hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dalam sebuah iaktan perkumpulan masyarakat dapat lebih mudah dan menunjang keberlangsungan usahanya secara efektif dan efisien. Sehingga penulis tertarik mengkaji lebih jauh tentang hubungan peran modal sosial pada pengembangan bisnis dalam sebuah ikatan kelembagaan masyarakat. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik mengambil judul “Peran Modal Sosial Pada Pengembangan Bisnis Dengan Kelembagaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empirik Paguyuban Sayur Keliling Sukses Mulya Sayur Rotonongo).

2. METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah paguyuban sayur keliling sukses mulya sayur rotonongo yang didalam implementasi kegiatannya menggunakan modal sosial. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode sampling jenuh. Sampel dalam penelitian ini adalah responden 40 anggota yang tergabung pada paguyuban sayur keliling sukses mulya sayur rotonongo. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer di peroleh dari informan yang tergabung dalam Paguyuban sayur keliling sukses mulya sayur rotonongo yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka dengan mengkaji data-data kepustakaan diantaranya laporan hasil penelitian, internet, jurnal, serta sumber-sumber lainnya. Metode analisa data penelitian ini menggunakan uji koefisien beta regresi (persamaan regresi)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Asumsi Klasik

Hasil menunjukkan bahwa perhitungan nilai *Kolmogorov-Smirnov* dari model pertama sebesar 0,107 dengan Asymp. Sig (2-tailed) 0,200 > 0,05. Dan menghasilkan data nilai *Kolmogorov-Smirnov* dari model kedua sebesar 0,116 dengan Asymp. Sig (2-tailed) 0,186 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwasanya dalam penelitian ini data terdistribusi normal.

Hasilnya menunjukkan bahwa kedua model menghasilkan nilai *tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10, artinya antar variabel independen yang satu dengan yang lain tidak memiliki korelasi atau tidak mengalami masalah multikolinieritas.

Hasilnya menunjukkan bahwa nilai sig pada model pertama dan kedua > 0,05 sehingga dapat dikatakan data penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.2 Uji Kelayakan Model Penelitian

3.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

a. Model Analisis Regresi X – Y

Berdasarkan tabel 10 nilai *R Square* sebesar 0,574 (57,4%) artinya kemampuan variabel Dimensi Struktural, Dimensi Relasional, Dimensi Kognitif Modal Sosial dalam menerangkan variasi Pengembangan Bisnis sebesar 57,4% dan sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh variabel independen lain.

b. Model Analisis Regresi X & Z – Y

Berdasarkan tabel 11 nilai *R Square* sebesar 0,638 (63,8%) artinya kemampuan variable Dimensi Struktural, Dimensi Relasional, Dimensi Kognitif Modal Sosial dan Kelembagaan dalam menerangkan variasi variabel Pengembangan Bisnis sebesar 63,8% dan sisanya sebesar 36,2% dipengaruhi oleh variable independen lain.

c. Model Analisis Regresi Moderasi X & Z – Y

Berdasarkan tabel 12 nilai *R Square* sebesar 0,528 (52,8%) artinya kemampuan variable Dimensi Struktural, Dimensi Relasional, Dimensi Kognitif Modal Sosial dalam menerangkan variasi variable

Pengembangan Bisnis yang dimoderasi Kelembagaan sebesar 52,8% dan sisanya sebesar 47,2% dipengaruhi oleh variable independen lain.

3.3 Uji Signifikan Stimultan (Uji F)

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= K-1; N-K \\ &= 5-1; 40-5 \\ &= 2,64 \end{aligned}$$

a. Model Analisis Regresi X – Y

Berdasarkan tabel 10 nilai F sebesar 16,196 ($F_{\text{hitung}} > 2,64$ dengan sig. 0,000. Berdasarkan kriteria, nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Dimensi Struktural, Dimensi Relasional, Dimensi Kognitif Modal Sosial terhadap Pengembangan Bisnis. Maka dapat dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki model fit atau layak uji.

b. Model Analisis Regresi X & Z – Y

Berdasarkan tabel 11 nilai F sebesar 15,436 ($F_{\text{hitung}} > 2,64$ dengan sig. 0,000. Berdasarkan kriteria, nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Dimensi Struktural, Dimensi Relasional, Dimensi Kognitif Modal Sosial dan Kelembagaan terhadap Pengembangan Bisnis. Maka dapat dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki model fit atau layak uji.

c. Model Analisis Regresi Moderasi X & Z – Y

Berdasarkan tabel 12 nilai F sebesar 5,111 ($F_{\text{hitung}} > 2,64$ dengan sig. 0,001. Berdasarkan kriteria, nilai sig. $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Dimensi Struktural, Dimensi Relasional, Dimensi Kognitif Modal Sosial terhadap Pengembangan Bisnis yang dimoderasi Kelembagaan. Maka dapat dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki model fit atau layak uji.

3.4 Uji Hipotesis

3.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda (Persamaan I)

Hasil persamaan regresi dalam model peran dimensi struktural, dimensi relasional, dan dimensi kognitif modal sosial pada pengembangan bisnis sebagai berikut:

$$Y = 1,734 + 0,231 X_1 + 0,167 X_2 + 0,258 X_3 + e \quad (1)$$

Interpretasinya adalah:

- a. Koefisien konstanta (β_0) sebesar 1,734. artinya apabila *Variabel Independent* diasumsikan konstan atau sama dengan nol, maka pengembangan bisnis memiliki nilai sebesar 1,734.
- b. Koefisien dimensi Struktural (β_1) sebesar 0,231 berarah positif, artinya ketika peran dimensi struktural modal sosial ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,231.
- c. Koefisien dimensi Relasional (β_2) sebesar 0,167 berarah positif, artinya ketika peran dimensi relasional modal sosial ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,167.
- d. Koefisien dimensi Kognitif (β_3) sebesar 0,258 berarah positif, artinya ketika peran dimensi kognitif modal sosial ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,258.
- e. Merupakan *error term*, yang menjelaskan bahwa terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi pengembangan bisnis dalam penelitian ini.

3.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda (Persamaan II)

Hasil persamaan regresi dalam model model peran dimensi struktural, dimensi relasional, dimensi kognitif modal sosial dan kelembagaan pada pengembangan bisnis sebagai berikut:

$$Y = 0,372 + 0,204 X_1 + 0,083 X_2 + 0,079 X_3 + 0,386 X_4 + e \quad (2)$$

Interpretasinya adalah :

- a. Koefisien konstanta (β_0) sebesar 0,372 artinya apabila *Variabel Independent* dan variabel kelembagaan diasumsikan konstan atau sama dengan nol, maka pengembangan bisnis memiliki nilai sebesar 0,372.
- b. Koefisien dimensi struktural (β_1) sebesar 0,204 berarah positif, artinya ketika peran dimensi struktural modal sosial ada didalam paguyuban SMSR semakin

kuat berpengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,204.

- c. Koefisien dimensi relasional (β_2) sebesar 0,083 berarah positif, artinya ketika peran dimensi relasional modal sosial ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat berpengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,083.
- d. Koefisien dimensi Kognitif (β_3) sebesar 0,079 berarah positif, artinya ketika peran dimensi kognitif modal sosial ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat berpengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,079.
- e. Koefisien Kelembagaan (β_4) sebesar 0,386 berarah positif, artinya ketika ketika peran kelembagaan ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat berpengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,386.
- f. Merupakan *error term*, yang menjelaskan bahwa terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi pengembangan bisnis dalam penelitian ini.

3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda (Persamaan III)

Hasil persamaan regresi dalam model model peran dimensi struktural, dimensi relasional, dimensi kognitif modal sosial pada pengembangan bisnis yang dimoderasi oleh kelembagaan sebagai berikut:

$$Y = 107,408 + 2,004 X_1 + 1,757 X_2 + 0,094 X_3 + 4,944 X_4 + 0,111 X_1 X_4 + 0,105 X_2 X_4 + 0,002 X_3 X_4 + e \quad (3)$$

Interprestasinya adalah:

- a. Koefisien konstanta (β_0) sebesar 107,408. artinya apabila *Variabel Independent* dan *Variabel Moderating* diasumsikan konstan atau sama dengan nol, maka pengembangan bisnis memiliki nilai sebesar 107,408.
- b. Koefisien dimensi struktural (β_1) sebesar 2.004 berarah positif, artinya ketika peran dimensi struktural modal sosial ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 2,004.

- c. Koefisien dimensi relasional (β_2) sebesar 1,757 berarah positif, artinya ketika peran dimensi relasional modal sosial ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 1,757.
- d. Koefisien dimensi Kognitif (β_3) sebesar 0,094 berarah positif, artinya ketika peran dimensi kognitif modal sosial ada didalam paguyuban SMSR tidak mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,094.
- e. Koefisien Kelembagaan (β_4) sebesar 4,944 berarah positif, artinya ketika ketika peran kelembagaan ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 4,944.
- f. Koefisien dimensi struktural (β_5) yang di moderasi kelembagaan sebesar 0,111 berarah positif, artinya ketika peran dimensi struktural modal sosial diikat kelembagaan yang ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,111.
- g. Koefisien dimensi relasional (β_6) yang dimoderasi kelembagaan sebesar 0,105 berarah positif, artinya ketika peran dimensi relasional modal sosial diikat kelembagaan yang ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,105.
- h. Koefisien dimensi Kognitif (β_7) yang dimoderasi kelembagaan sebesar 0,002 berarah positif, artinya ketika peran dimensi kognitif modal sosial diikat kelembagaan yang ada didalam paguyuban SMSR semakin kuat walaupun tidak mempunyai pengaruh secara signifikan maka akan cenderung memperkuat pengembangan bisnis sebesar 0,002.
- i. e merupakan *error term*, yang menjelaskan bahwa terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi pengembangan bisnis dalam penelitian ini.

3.5 Uji Signifikasi Beta (Uji t)

3.5.1 Dimensi Struktural (X1)

Nilai uji t pada variabel Dimensi Struktural sebesar 2,038 (t_{hitung}) dan sig. 0,049. Sesuai dengan kriterianya nilai sig $0,049 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga H_1 diterima dapat dijelaskan bahwa dimensi struktural modal sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengembangan bisnis.

3.5.2 Dimensi Relasional (X2)

Nilai uji t pada variabel Dimensi Relasional sebesar 2,293 (t_{hitung}) dan sig. 0,028. Sesuai dengan kriterianya nilai sig $0,028 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga H_2 diterima dapat dijelaskan bahwa dimensi relasional modal sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengembangan bisnis.

3.5.3 Dimensi Kognitif (X3)

Nilai uji t pada variabel Dimensi Kognitif sebesar 2,340 (t_{hitung}) dan sig. 0,027. Sesuai dengan kriterianya nilai sig $0,027 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga H_3 diterima dapat dijelaskan bahwa dimensi kognitif modal sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengembangan bisnis.

3.5.4 Kelembagaan (Z)

Nilai uji t pada variabel Dimensi Kelembagaan sebesar 2,485 (t_{hitung}) dan sig. 0,018. Sesuai dengan kriterianya nilai sig $0,018 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga H_4 diterima dapat dijelaskan bahwa kelembagaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengembangan bisnis.

3.6 Pembahasan

3.6.1 Pengaruh Dimensi Struktural Modal Sosial Terhadap Pengembangan Bisnis.

Dalam penelitian ini hasil analisis datanya menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara dimensi struktural modal sosial terhadap pengembangan bisnis. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian dari pengujian dua variable tersebut yang memiliki nilai sebesar 2,169 (t_{hitung}) dengan signifikansi $0,037 < 0,05$ dan arahnya positif serta koefisien β_1 sebesar 0,231. Hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin kuat peran dimensi struktural modal

sosial yang ada didalam paguyuban SMSR maka semakin besar pengaruhnya dan cenderung memperkuat pengembangan bisnis anggota paguyuban SMSR.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian oleh Tötterman & Sten, (2005) bahwa bahwa dimensi struktural modal sosial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap pengembangan bisnis. Dalam penelitian lain dengan hasil yang sama yang dilakukan oleh Mani dan Lassaad LAKHAL, (2015) bahwa dimensi struktural modal sosial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan finansial dan non finansial. Jaringan yang kuat dan harmonis di antara anggota keluarga bisnis mengarah pada komunikasi terbuka dan interaksi timbal balik antara individu yang memainkan peran penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kesuksesan perusahaan keluarga bisnis dalam jangka panjang.

3.6.2 Pengaruh Dimensi Relasional Modal Sosial Terhadap Pengembangan Bisnis.

Dalam penelitian ini hasil analisis datanya menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara dimensi relasional modal sosial terhadap pengembangan bisnis. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian dari pengujian dua variable tersebut yang memiliki nilai sebesar 2,040 (t_{hitung}) dengan signifikansi $0,049 < 0,05$ dan arahnya positif serta koefisien β_2 sebesar 0,167. Hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin kuat peran dimensi relasional modal sosial yang ada didalam paguyuban SMSR maka semakin besar pengaruhnya dan cenderung memperkuat pengembangan bisnis anggota paguyuban SMSR.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Zhao et al., (2011) hasilnya menunjukkan bahwa modal relasional modal sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis. Dalam penelitian lain dengan hasil yang sama yang dilakukan oleh Lee *et al.*, (2019) Penelitian ini menggarisbawahi bahwa dimensi relasional dari modal sosial internal - kepercayaan, norma, kewajiban dan identitas memiliki pengaruh langsung secara signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan dan non keuangan.

3.6.3 Pengaruh Dimensi Kognitif Modal Sosial Terhadap Pengembangan Bisnis.

Dalam penelitian ini hasil analisis datanya menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara dimensi kognitif modal sosial terhadap pengembangan bisnis. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian dari pengujian dua variable tersebut yang memiliki nilai sebesar 2,425(t_{hitung}) dengan signifikansi $0,020 < 0,05$ dan arahnya positif serta koefisien β_3 sebesar 0,258. Hal ini mengidentifikasi bahwa semakin kuat peran dimensi kognitif modal sosial yang ada didalam paguyuban SMSR maka semakin besar pengaruhnya dan cenderung memperkuat pengembangan bisnis anggota paguyuban SMSR.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian oleh Li et al., (2013) bahwa dimensi kognitif modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis. Penelitian oleh Graça and Kharé, (2020) mengimplikasikan bahwa dimensi kognitif dapat menjadi basis bersama kerjasama dan proses berpikir bersama yang memungkinkan mitra perusahaan untuk lebih menghargai keuntungan dari pertukaran informasi. Sementara baik dimensi kognitif dan dimensi struktural memiliki efek positif pada arus masuk informasi berpengaruh signifikan terhadap arus keluar informasi dalam suatu bisnis.

3.6.4 Pengaruh Kelembagaan Terhadap Pengembangan Bisnis.

Dalam penelitian ini hasil analisis datanya menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kelembagaan terhadap pengembangan bisnis. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian dari pengujian dua variable tersebut yang memiliki nilai sebesar 2,485 (t_{hitung}) dengan signifikansi $0,018 < 0,05$ dan arahnya positif serta koefisien β_4 sebesar 0,386. Hal ini mengidentifikasi bahwa semakin kuat sistem kelembagaan yang ada didalam paguyuban SMSR maka semakin besar pengaruhnya dan cenderung memperkuat pengembangan bisnis anggota paguyuban SMSR.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Kim and Stoel, (2010) bahwa kelembagaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam kaitannya dengan ikatan yang kuat, memang benar bahwa perusahaan dalam cluster ikatan kelembagaan yang sama menikmati lebih tinggi timbal balik, kepercayaan yang relatif lebih tinggi, hubungan jangka panjang yang lebih dalam, dan kerja sama yang lebih besar. Dalam penelitian lain

juga sejalan yang dilakukan oleh Estrada-Robles, Williams and Vorley, (2018) bahwa dalam penelitiannya, norma dan nilai kelembagaan informal dalam keluarga wirausaha bertindak melengkapi aturan kelembagaan formal yang ada, yang menunjukkan kekuatan lembaga informal dalam berwirausaha.

3.6.5 Pengaruh Dimensi Struktural Modal Sosial Terhadap Pengembangan Bisnis Yang Dimoderasi Oleh Kelembagaan.

Dalam penelitian ini hasil analisis datanya menyatakan bahwa dimensi struktural modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,169 dengan signifikansi $0,037 < 0,05$ dan arahnya positif serta koefisien β_1 sebesar 0,231. Selain itu dalam penelitian ini juga membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh tidak langsung antara dimensi struktural modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR yang dimoderasi kelembagaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,202 dengan signifikansi $0,035 < 0,05$ dan arahnya positif serta koefisien β_5 sebesar 0,111. Hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin kuat peran dimensi struktural modal sosial yang diikat oleh kelembagaan didalam paguyuban SMSR maka semakin besar pengaruhnya dan cenderung memperkuat pengembangan bisnis anggota paguyuban SMSR.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian oleh Oluwabusola et al., (2019), bahwa dimensi struktural modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis diikat kelembagaan. Pada penelitian lain dengan hasil yang sama oleh Thai, Turkina and Simba, (2020) bahwa kelembagaan yang baik secara positif akan meningkatkan jaringan tingkat nasional dari bisnis baru. Dimana jejaring sosial yang sebenarnya adalah faktor menguntungkan bagi pengusaha karena mereka dapat mengakses informasi dan pengetahuan serta biaya yang lebih rendah dalam memelihara beberapa ikatan.

3.6.6 Pengaruh Dimensi Relasional Modal Sosial Terhadap Pengembangan Bisnis Yang Dimoderasi Oleh Kelembagaan.

Dalam penelitian ini hasil analisis datanya menyatakan bahwa dimensi relasional modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian yang menunjukkan nilai sebesar 2,040 (t_{hitung}) dengan signifikansi $0,049 < 0,05$ dan arahnya positif serta koefisien β_2 sebesar 0,167. Selain itu dalam penelitian ini juga membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh tidak langsung antara dimensi relasional modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR yang dimoderasi kelembagaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai sebesar 4,106 (t_{hitung}) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan arahnya positif serta koefisien β_6 sebesar 0,105. Hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin kuat peran dimensi relasional modal sosial yang diikat kelembagaan didalam paguyuban SMSR maka semakin besar pengaruhnya dan cenderung memperkuat pengembangan bisnis anggota paguyuban SMSR.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian oleh Wang, (2016) bahwa dimensi relasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis didalam sebuah kelembagaan. Pada penelitian lainnya yang sejalan hasilnya oleh Shi, Shepherd and Schmidts, (2015) Penelitiannya menyelidiki pengaruh pengembangan modal relasional dalam hubungan E-I kunci. Kami menemukan dampak positif dan signifikan ketergantungan importir pada pembentukan modal relasional. Importir ketergantungan pada ikatan lembaga memberikan prospek positif bagi kegiatan bisnis jangka panjang eksportir di luar negeri pasar, sehingga meningkatkan modal relasional di antara mereka.

3.6.7 Pengaruh Dimensi Kognitif Modal Sosial Terhadap Pengembangan Bisnis Yang Dimoderasi Oleh Kelembagaan.

Dalam penelitian ini hasil analisis datanya dimensi kognitif modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian yang menunjukkan nilai sebesar 2,425(t_{hitung}) dengan signifikansi $0,020 < 0,05$ dan

arahnya positif serta koefisien β_3 sebesar 0,258. Selain itu dalam penelitian ini juga membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh tidak langsung antara dimensi kognitif modal sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR yang dimoderasi kelembagaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai sebesar 0,597 (t_{hitung}) dengan signifikansi $0,554 > 0,05$ dan arahanya positif serta koefisien β_7 sebesar 0,002. Hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin kuat peran dimensi kognitif modal sosial yang ada didalam paguyuban SMSR maka tidak memiliki pengaruh secara signifikan dan cenderung memperkuat pengembangan bisnis anggota paguyuban SMSR.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian oleh Mani dan Lassaad LAKHAL (2015) menunjukkan bahwa dimensi kognitif modal sosial internal lembaga berpengaruh positif dan tidak signifikan pada pengembangan bisnis perusahaan keluarga non finansial. Penelitian lain oleh Lindstrand and Hånell, (2017) mengemukakan hasil menunjukkan bahwa dimensi struktural dan relasional secara positif terkait dengan kinerja perusahaan keluarga keuangan dan non-keuangan. Namun, dimensi kognitif berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan keluarga.

3.6.8 Kelembagaan Sebagai Variabel Moderasi Dalam Peran Modal Sosial Pada Pengembangan Bisnis.

Dalam penelitian ini modal sosial dalam berpengaruh terhadap pengembangan bisnis dilihat dari tiga dimensinya antara lain dimensi struktural, dimensi relasional, dan dimensi kognitif. Modal sosial untuk meningkatkan pengaruhnya terhadap pengembangan bisnis pada paguyuban sayur keliling sukses mulya sayur rotonongo dalam penelitian ini dibutuhkan kelembagaan sebagai variabel moderating. Dengan sistem kelembagaan ini diharapkan mampu memperbaiki serta meningkatkan pengembangan bisnis yang ada didalam paguyuban sayur keliling SMSR.

Hasilnya peran modal sosial pada pengembangan bisnis tidak mampu dimoderasi oleh kelembagaan secara maksimal dalam mempengaruhi pengembangan bisnis yang dapat dilihat dari nilai R Square persamaan regresi I

sebesar 0,574, persamaan regresi II sebesar 0,638 dan persamaan regresi III sebesar 0,528 yang artinya kekuatan dari kelembagaan sebagai variabel moderasi lemah karena nilai *R Square*-nya turun jika dibandingkan *R Square* tanpa variabel moderasi. Kelembagaan sebagai variabel moderasi itu hanya mampu memperkuat dimensi struktural dan dimensi relasional modal sosial, akan tetapi justru memperlemah hubungan dimensi kognitif modal sosial dengan pengaruhnya tidak signifikan dalam mempengaruhi pengembangan bisnis dalam paguyuban sayur keliling SMSR.

4. PENUTUP

- a. Dimensi struktural modal sosial, Dimensi relasional modal sosial, Dimensi kognitif modal sosial, dan kelembagaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis pada Paguyuban Sayur Keliling Sukses Mulya Sayur Rotonongo.
- b. Dimensi struktural modal sosial dan dimensi relasional modal sosial yang dimoderasi kelembagaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis pada Paguyuban Sayur Keliling Sukses Mulya Sayur Rotonongo. Tetapi, Dimensi kognitif modal sosial yang dimoderasi kelembagaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengembangan bisnis pada Paguyuban Sayur Keliling Sukses Mulya Sayur Rotonongo.
- c. Peran modal sosial pada pengembangan bisnis tidak mampu dimoderasi oleh kelembagaan secara maksimal dalam mempengaruhi pengembangan bisnis yang dapat dilihat dari nilai *R Square* persamaan regresi I sebesar 0,574, persamaan regresi II sebesar 0,638 dan persamaan regresi III sebesar 0,528 yang artinya kekuatan dari kelembagaan sebagai variabel moderasi lemah karena nilai *R Square*-nya turun jika dibandingkan *R Square* tanpa variabel moderasi. Hasilnya dengan kelembagaan sebagai variabel moderasi itu hanya mampu memperkuat dimensi struktural dan dimensi relasional modal sosial, akan tetapi justru memperlemah hubungan dimensi kognitif modal sosial dengan pengaruhnya tidak signifikan dalam mempengaruhi pengembangan bisnis dalam paguyuban SMSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Anantanyu, S. (2011) 'Kelembagaan Petani : Peran Dan Strategi Pengembangan Kapasitasnya', 7(2), pp. 102–109.
- Asyhari, A. (2017) 'Literasi Sains Berbasis Nilai-Nilai Islam Dan Budaya Development Of Physics Learning Devices Based On Critical Thinking Skills In Problem-Based Learning', 06(April), pp. 137–148. doi: 10.24042/jpifalbiruni.v6i1.1584.
- Authors, F. (2015) *Article information : About Emerald* www.emeraldinsight.com.
- Budaya, P. N. *et al.* (2016) 'Pergeseran Nilai-Nilai Budaya Pada Suku Bonai Sebagai Civic Culture Di Kecamatan Bonai Darussalam Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau Ryan Prayogi, Endang Danial', 23(1).
- Cappiello, G., Giordani, F. and Visentin, M. (2020) 'Social capital and its effect on networked firm innovation and competitiveness', (April 2019). doi: 10.1016/j.indmarman.2020.03.007.
- Estrada-Robles, M., Williams, N. and Vorley, T. (2018) 'Navigating institutional challenges in Mexico: The role of social capital in entrepreneurial families', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(1), pp. 98–121. doi: 10.1108/IJEBr-05-2017-0180.
- Faedlulloh, D. (2015) 'Modal Sosial Dalam Gerakan Koperasi Social Capital in the Cooperative Movement', *IJPA-The Indonesian Journal Of Public Administration*, 2. Available at: <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/505988>.
- Graça, S. S. and Kharé, V. P. (2020) 'Building social-capital networks and relationship commitment in China and India', *European Business Review*, 32(5), pp. 823–843. doi: 10.1108/EBR-09-2019-0219.
- Kim, J. and Stoel, L. (2010) 'Factors contributing to rural consumers' inshopping behavior: Effects of institutional environment and social capital', *Marketing Intelligence and Planning*, 28(1), pp. 70–87. doi: 10.1108/02634501011014624.
- Kuncoro, mudrajad (2010) 'Metode kuantitatif: teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi', in *System*.
- Lee, R. *et al.* (2019) 'Effects of structural, relational and cognitive social capital on resource acquisition: a study of entrepreneurs residing in multiply deprived areas', *Entrepreneurship and Regional Development*. Routledge, 31(5–6), pp. 534–554. doi: 10.1080/08985626.2018.1545873.
- Li, Y. *et al.* (2013) 'How does entrepreneurs ' social capital hinder new business development? A relational embeddedness perspective ☆', *Journal of*

- Business Research*. Elsevier Inc., 66(12), pp. 2418–2424. doi: 10.1016/j.jbusres.2013.05.029.
- Lindstrand, A. and Hånell, S. M. (2017) ‘International and market-specific social capital effects on international opportunity exploitation in the internationalization process’, *Journal of World Business*. Elsevier, (May), pp. 0–1. doi: 10.1016/j.jwb.2017.05.002.
- Oluwabusola, O. *et al.* (2019) ‘Heliyon Social capital and its effect on business performance in the Nigeria informal sector’, *Heliyon*. Elsevier Ltd, 5(June), p. e02024. doi: 10.1016/j.heliyon.2019.e02024.
- Prayogi, R. (2020) ‘Jurnal etnografi indonesia’, 5(1), pp. 50–65. doi: 10.31947/etnosia.v5i1.8953.
- Relations, F., Relations, F. and Affairs, F. (2014) ‘Social the Global Capital and Economy Fukuyama’, 74(5), pp. 89–103.
- Shi, H. X., Shepherd, D. M. and Schmidts, T. (2015) ‘Social capital in entrepreneurial family businesses: The role of trust’, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 21(6), pp. 814–841.
- Soepriadi, D. S. dan I. F. (2014) ‘Modal Sosial Petani dan Perkembangan Industri di D’, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* vol. 25, no. 1, hlm. 17-36, 25(1), pp. 17–37. doi: 10.5614/jpwwk.2014.25.1.2.
- Thai, M. T. T., Turkina, E. and Simba, A. (2020) ‘The impact of national social capital on business creation rates in the formal vs informal sectors’, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(8), pp. 1739–1768. doi: 10.1108/IJEBr-02-2020-0071.
- Tötterman, H. and Sten, J. (2005) ‘Start-ups: Business incubation and social capital’, *International Small Business Journal*, 23(5), pp. 487–511.
- Wang, Y. (2016) ‘Investigating dynamic capabilities of family businesses in China: a social capital perspective’, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), pp. 1057–1080. doi: 10.1108/JSBED-12-2015-0175.
- Warmana, O. and Widnyana, W. (2018) ‘Pengaruh Modal Sosial Terhadap Kinerja Usaha’, *Issn 1978-6069*, 13(1), pp. 27–34.
- Zhao, W., Ritchie, J. R. B. and Echtner, C. M. (2011) ‘Social capital and tourism entrepreneurship’, *Annals of Tourism Research*. Elsevier Ltd, 38(4), pp. 1570–1593. doi: 10.1016/j.annals.2011.02.006.