

Keterkaitan Modal Sosial - Digital dengan inovasi UMKM Kuliner: Studi kasus Komunitas Merchant Online Food "PG" = The relationship between Social and Digital Capital with Culinary MSME innovation: A case study of the "PG" Online Food Merchant Community

Aurelia Athaya Darussalam, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920547603&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan keterkaitan modal sosial dan modal digital dengan inovasi UMKM kuliner anggota Komunitas Merchant Online Food “PG” yakni berbagai ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau organisasi di dalam upaya mengembangkan UMKM. Studi-studi sebelumnya yang membahas tentang inovasi bisnis UMKM dapat dipetakan menjadi dua, yang fokus pada aspek kepemilikan modal di dalam diri dan di luar diri manusia. Kelompok studi pertama fokus pada kemampuan adaptasi dan kreativitas individu, budaya inovasi yang terbentuk dari keterampilan dan pengetahuan individu, serta karakteristik dan motivasi dalam diri untuk berinovasi. Sedangkan kelompok studi kedua mengkaji kepemilikan modal sosial, khususnya kepercayaan terhadap kelompok, norma sosial, dan jaringan sosial serta ukurannya yang berfungsi dalam meningkatkan peluang inovasi. Studi-studi terdahulu belum melihat inovasi yang dibentuk dari segi keterkaitan antara modal sosial dan modal digital, dimana kepemilikan modal digital pada pengusaha UMKM kuliner berbasis platform online dan kaitannya dengan modal sosial dapat digunakan untuk menciptakan inovasi dalam bisnis mereka. Peneliti berargumen bahwa partisipasi dalam komunitas lokal seperti dalam Komunitas Merchant Online Food PG dapat meningkatkan modal sosial dan memperkuat interaksi antara modal sosial dan modal digital milik pengusaha UMKM kuliner melalui pertukaran informasi dan pengetahuan baik secara online maupun offline yang pada gilirannya dapat menghasilkan inovasi yang bersifat inkremental pada bisnis UMKM kuliner. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dengan anggota Komunitas Merchant Online Food PG.

.....This study aims to explain the relationship between social capital and digital capital with the innovation of culinary MSMEs by members of the Online Food Merchant Community "PG", namely various ideas, practices, or objects that are considered new by individuals or organizations in an effort to develop MSMEs. Previous studies that discuss MSME business innovation can be mapped into two, which focus on aspects of capital ownership within and outside humans. The first group of studies focuses on the adaptability and creativity of individuals, the culture of innovation formed from individual skills and knowledge, and the characteristics and inner motivation to innovate. The second group of studies examines the ownership of social capital, specifically trust in groups, social norms, and social networks and their size that function in increasing innovation opportunities. Previous studies have not looked at innovation in terms of the relationship between social capital and digital capital, where digital capital ownership in culinary MSME entrepreneurs based on online platforms and their relationship with social capital can be used to create innovation in their business. The researcher argues that participation in local communities such as the Online Food Merchant Community "PG" can increase social capital and strengthen the interaction between social capital and digital capital owned by culinary MSME entrepreneurs through the exchange of information and knowledge both online and offline which in turn can produce incremental innovations in the

culinary MSME business. This research will use a qualitative approach with in-depth interview techniques with members of the PG Food Online Merchant Community.