

**MODEL PEMBENTUKAN RESILIENSI BISNIS
WIRAUSAHA MUDA DI INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

AIDIL AR RASYID

2204030043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO**

2026

**MODEL PEMBENTUKAN RESILIENSI BISNIS
WIRAUSAHA MUDA DI INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

AIDIL AR RASYID

2204030043

Pembimbing;

Ilham, S.Ag., M.A.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO**

2026

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aidil Ar Rasyid
Nim : 2204030043
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan benar sebenarnya bahwa:


1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain dari kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan saya dan gelar akademik saya yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Palopo, 18 Februari 2026
Yang Membuat Pernyataan



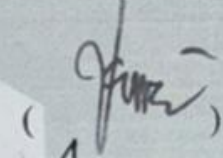
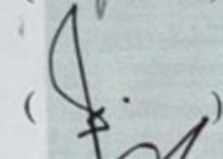
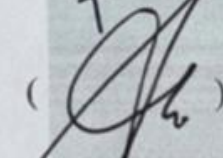
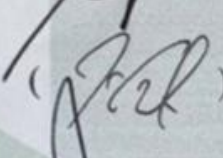


Aidil Ar Rasyid
NIM. 2204030043

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Model Pembentukan Resiliensi Bisnis Wirausaha Muda di Indonesia yang ditulis oleh Aidil Ar Rasyid Induk Mahasiswa (NIM) 2204030043, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, 13 Februari 2026 Miladiyah bertepatan dengan 25 Sya`ban 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 18 Februari 2026

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Ketua Sidang ()
2. Ilham, S.Ag., M.A. Sekretaris Sidang ()
3. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I Penguji I ()
4. Muh. Abdi Imam, S.E., M.si,Ak., CA. Penguji II ()
5. Ilham, S.Ag., M.A. Pembimbing ()

Mengetahui

Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP.198201242009011006

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Umar, S.E., M.SE.
NIP.199404072020121017

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ.

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, petunjuk, serta kekuatan lahir maupun batin yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Model Pembentukan Resiliensi Bisnis Wirausaha Muda Di Indonesia” setelah melalui berbagai tahapan dan proses yang panjang.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw., beserta keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penyusunan skripsi ini dapat dirampungkan berkat dukungan, arahan, serta motivasi dari berbagai pihak, meskipun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan sepenuhnya.

Peneliti dengan tulus dan penuh rasa syukur menyampaikan apresiasi yang mendalam dan terima kasih yang tak terhingga kepada orang tua tercinta, Ayahanda, yang telah memberikan kasih sayang, nilai-nilai kehidupan, dan semangat yang beliau tanamkan tetap menjadi kekuatan besar dalam langkah penulis hingga titik ini, dan Ibunda yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, kesabaran, dan pengorbanan yang tiada henti kepada putranya. Semangat dan cinta

mereka menjadi sumber kekuatan yang luar biasa bagi penulis dalam menempuh pendidikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih atas kasih sayang, cinta, dan dukungan yang diberikan tanpa mengenal lelah, dalam berbagai keadaan. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada saudara-saudara, sahabat, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan bantuan serta doa selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan mereka dengan pahala yang berlipat ganda dan mencurahkan rahmat-Nya kepada mereka semua. Aamiin. Selain itu, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi, di antaranya:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. sebagai Rektor UIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd sebagai Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. sebagai Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, S.H., M.H. sebagai Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo, Ilham, S.Ag., M.A. sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si, sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Umar, S.E., M.SE. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, dan Hamida, S.E.Sy., M.E. Sy. sebagai Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Palopo beserta para dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam yang telah mendidik serta memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Ilham, S.Ag., M.A. sebagai Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Ilmu, nasihat, dan waktu yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Penguji pada seminar, Penguji I Bapak Dr. muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I. dan penguji II Muh. Abdi Imam, S.E., Msi., Ak., CA.
6. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M selaku Dosen Penasehat Akademik
7. Kepala Unit Perpustakaan UIN Palopo Bapak Zainuddin S.E., M.Ak. dan seluruh karyawan dalam ruang lingkup UIN Palopo terima kasih atas pelayanan, fasilitas dan bantuan, khususnya dalam mengumpulkan pencarian literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Kepada Erwin Jafar, S.E., M.Sc. Salah satu Dosen yang Berjasa bagi Penulis. Dimana Beliau pertama kali memperkenalkan kepada penulis tentang bagaimana dunia riset, yang dimana penulis belum tau apa pun hingga penulis berada ditahap ini. Beliau juga banyak membantu penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini. Penulis berterima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu, dedikasi, tenaga serta segala kebaikan yang telah beliau berikan kepada penulis.
9. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik dan membantu penulis selama berada di UIN Palopo.
10. Terkhusus kepada saudara-saudara penulis yang senantiasa memberikan semangat, doa, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Kebersamaan, perhatian, dan doa kalian menjadi penyemangat tersendiri dalam setiap tahap perjalanan akademik ini.

11. Kepada semua teman-teman seperjuangan MBS B Angkatan 2022 yang telah menjadi teman diskusi, memberikan dukungan, motivasi dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.

Palopo, 9 Desember 2025

Aidil Ar Rasyid



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	<i>fathah</i>	a	a
ـِ	<i>kasrah</i>	i	i
ـُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـيَ	<i>fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
ـِـوُ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...أ...أ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya'</i>	a	a dan garis di atas
أ...أ	<i>kasrah</i> dan <i>ya'</i>	i	i dan garis di atas
أ...أ	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	u	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ : *qala*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَقُولُ : *yaqulu*

4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-at fal*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ : *al-madinah al-munawarah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعْمٌ : *nu'ima*

عُدُوْا : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٌّ : *ali* (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan buruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, naik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang

ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*al-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah atau akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْءُ : *al-nau*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah dan munaqasyah. Namun, bila kata-

kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba 'in al-Nawawi

Risalah fi Ri 'ayah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudah ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

الله دِينُ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf kapital (Al-), ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang

didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-lazi unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusi

Nasr Hamid Abu Zayd

Al-Tufi

Al-Maslahah fi al-Tasyri' al-Islami

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama terakhir sebagai nama akhir dalam daftar Pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu) Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)
--

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt. = *subhanahu wa ta'ala*

Saw. = *sallallahu 'alaihi wa sallam*

As = *'alaihi al-salam*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

I = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup)

W = Wafat tahun

QS.../...:4 = QS al-Baqarah/2: 168 & 173

UMKM = Usaha Mikro Kecil Menengah

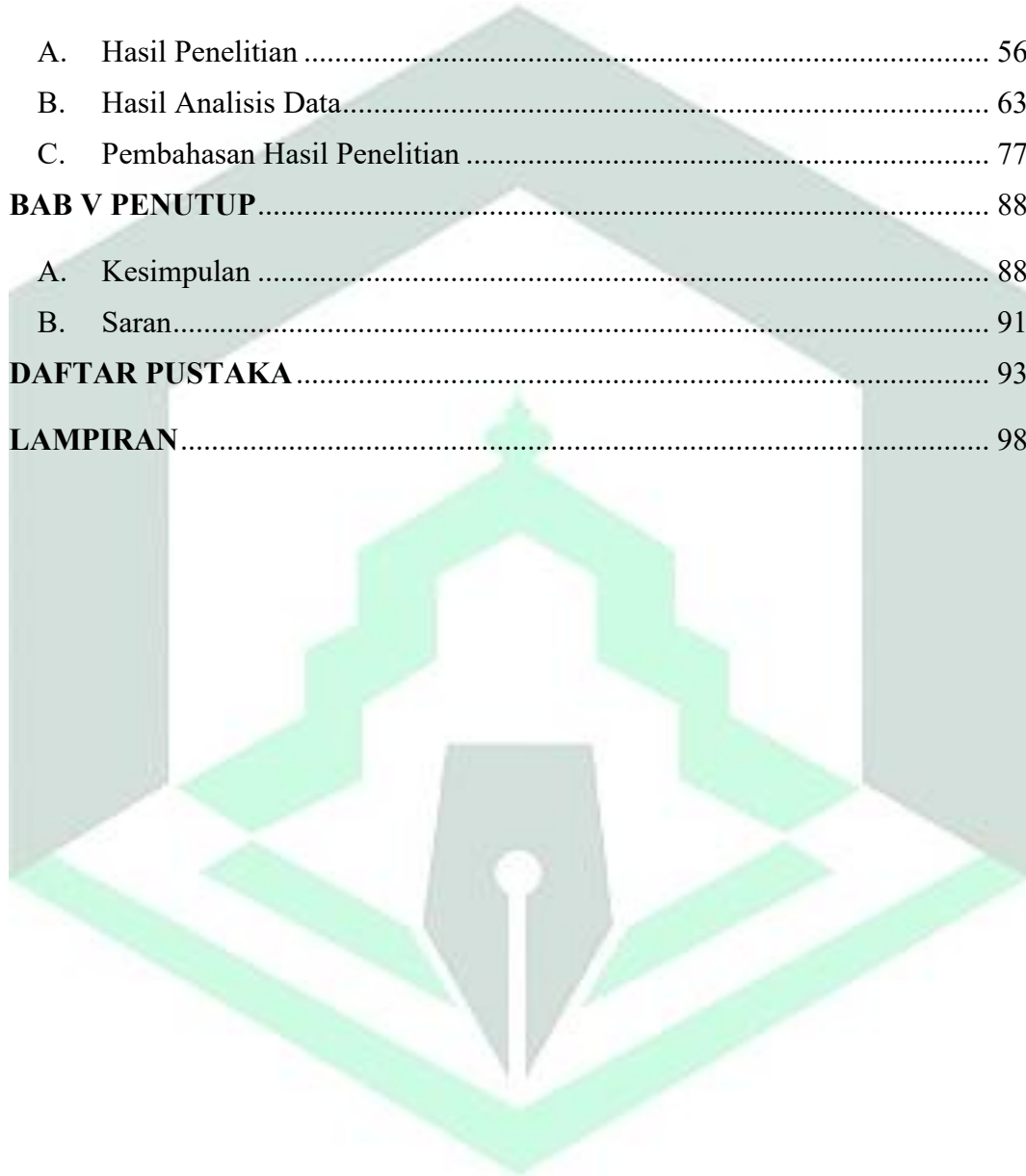
PLS-SEM = *Partial Least Square-Structural Equation Modeling*



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR AYAT	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	8
B. Kajian Teori	14
C. Kerangka Pikir	45
D. Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
C. Definisi Operasional Variabel.....	47

D. Populasi dan Sampel	48
E. Instrumen Penelitian.....	51
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
B. Hasil Analisis Data.....	63
C. Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	98



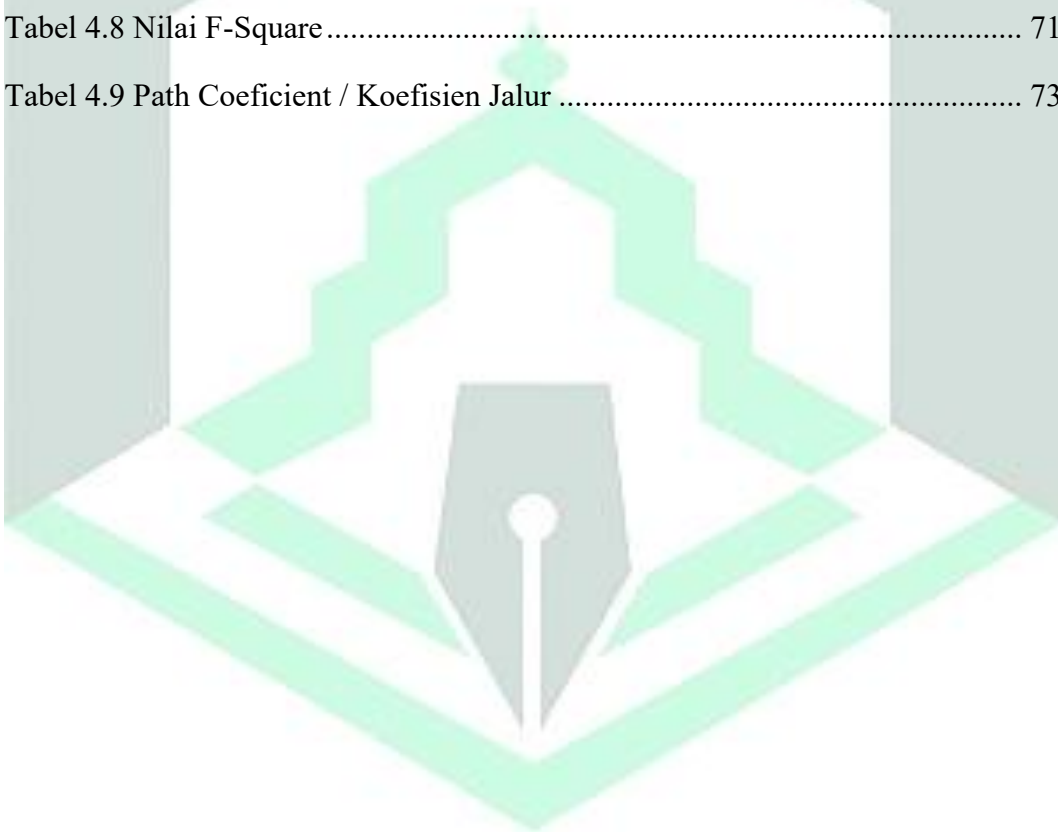
DAFTAR AYAT

QS. Al-Jumu'ah ayat 10	2
------------------------------	---



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
Tabel 4.2 Jumlah responden berdasarkan usia.....	60
Tabel 4.3 Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	60
Tabel 4.4 Jumlah responden berdasarkan domisili.....	61
Tabel 4.5 Uji Nilai <i>Outer Loading</i>	64
Tabel 4.6 Pengujian reliabilitas.....	68
Tabel 4.7 Nilai R-Square.....	70
Tabel 4.8 Nilai F-Square.....	71
Tabel 4.9 Path Coeficient / Koefisien Jalur.....	73



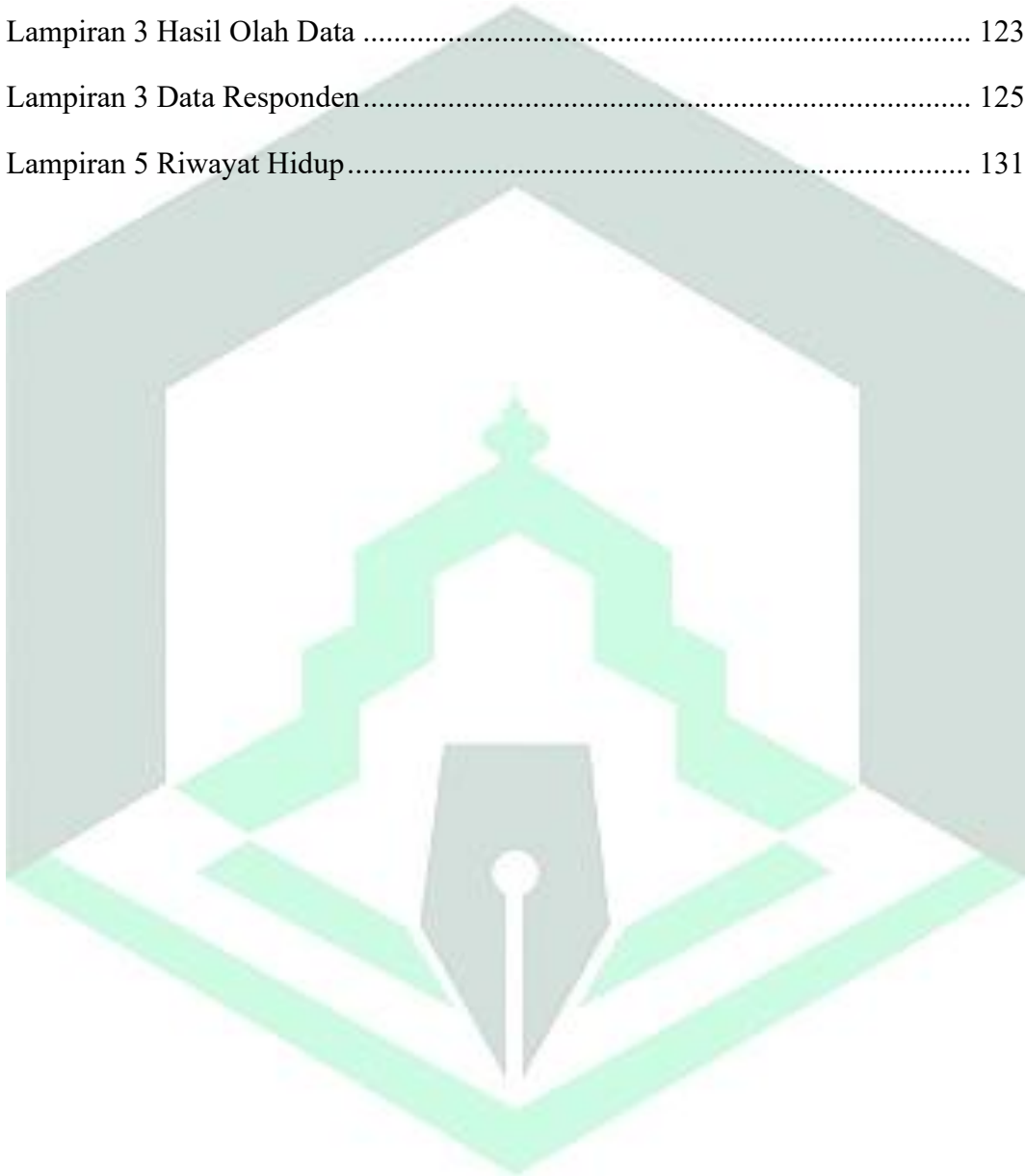
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	45
Gambar 4.1 Outer Model Variabel Modal Sosial, Etika Bisnis, Inovasi Bisnis, Manajemen Bisnis dan Ketahanan Wirausaha	63
Gambar 4.2 Total Effects P-Value	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	103
Lampiran 3 Hasil Olah Data	123
Lampiran 3 Data Responden.....	125
Lampiran 5 Riwayat Hidup.....	131



ABSTRAK

AIDIL AR RASYID, 2026. “Model Pembentukan Resiliensi Bisnis Wirausaha Muda Di Indonesia”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ilham, S.Ag., M.A.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model pembentukan resiliensi bisnis wirausaha muda di Indonesia dalam menghadapi dinamika ekonomi dan persaingan usaha yang semakin kompleks. Secara khusus, penelitian ini mengkaji peran Modal Sosial, Etika Bisnis, Manajemen Bisnis, dan Inovasi Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 150 wirausaha muda di Indonesia. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Bisnis dan Inovasi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ketahanan Wirausaha. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan pengelolaan usaha yang efektif, profesional, dan adaptif, serta kemampuan menciptakan pembaruan produk maupun proses bisnis, merupakan faktor utama dalam membangun resiliensi wirausaha muda. Etika Bisnis, yang mencerminkan nilai kejujuran, tanggung jawab, profesionalisme, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, terbukti memiliki peran penting dalam memperkuat praktik Manajemen Bisnis, namun tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Ketahanan Wirausaha. Sementara itu, Modal Sosial juga tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan, mengindikasikan bahwa jaringan sosial dan hubungan relasional wirausaha muda belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sumber daya strategis dalam menghadapi tekanan bisnis.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa resiliensi bisnis wirausaha muda di Indonesia lebih ditentukan oleh kapabilitas internal usaha, khususnya Manajemen Bisnis dan Inovasi Bisnis, dengan Etika Bisnis berperan sebagai fondasi nilai yang mendukung efektivitas pengelolaan usaha. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi kewirausahaan berkelanjutan yang selaras dengan prinsip bisnis syariah.

Kata Kunci: Modal Sosial, Etika Bisnis, Manajemen Bisnis, Inovasi Bisnis, Ketahanan Wirausaha

ABSTRACT

AIDIL AR RASYID, 2026. *“Model of Business Resilience Formation of Young Entrepreneurs in Indonesia”*. Thesis of the Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University of Palopo. Supervised by Ilham, S.Ag., M.A.

This study aims to analyze the business resilience model of young entrepreneurs in Indonesia in facing increasingly complex economic dynamics and business competition. Specifically, this study examines the role of social capital, business ethics, business management, and business innovation on entrepreneurial resilience. The approach used is quantitative, using a survey method through the distribution of questionnaires to 150 young entrepreneurs in Indonesia. Data were analyzed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method.

The results of the study indicate that Business Management and Business Innovation have a positive and significant effect on Entrepreneurial Resilience. This finding confirms that effective, professional, and adaptive business management capabilities, as well as the ability to create product and business process innovations, are key factors in building resilience among young entrepreneurs. Business Ethics, which reflect the values of honesty, responsibility, professionalism, and adherence to sharia principles, have been shown to play an important role in strengthening Business Management practices, but do not have a significant direct effect on Entrepreneurial Resilience. Meanwhile, Social Capital also does not show a significant direct effect, indicating that young entrepreneurs' social networks and relational relationships have not been optimally utilized as strategic resources in facing business pressures.

This study concludes that the resilience of young entrepreneurs in Indonesia is largely determined by their internal capabilities, particularly in business management and innovation, with business ethics serving as a foundation of values supporting effective business management. These findings are expected to form the basis for developing sustainable entrepreneurial strategies aligned with Islamic business principles.

Keywords: *Social Capital, Business Ethics, Business Management, Business Innovation, Entrepreneurial Resilience*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, kewirausahaan memiliki peranan penting bagi suatu negara. Kewirausahaan dapat menopang perekonomian suatu negara. Hal ini disebabkan karena kewirausahaan dapat meningkatkan devisa negara, membuka lapangan pekerjaan, menciptakan inovasi bisnis sehingga masyarakat dapat menjalankan usaha sendiri atau mengembangkan bisnis yang sudah ada.¹ Kemudian, kontribusi kewirausahaan berkelanjutan dapat mengurangi ketimpangan dan angka kemiskinan suatu negara. Berdasarkan fenomena tersebut diketahui bahwa kewirausahaan menjadi sektor yang harus dikembangkan dan diberdayakan dalam rangka meningkatkan ketahanan perekonomian nasional.²

Ketahanan wirausaha merupakan faktor utama dalam membangun kekuatan wirausaha muda di Indonesia, terutama di tengah perubahan ekonomi dan persaingan yang semakin kompleks. Dengan resiliensi yang baik, wirausaha muda lebih siap menghadapi berbagai tantangan, seperti perubahan tren pasar, kemajuan teknologi, serta ketidakpastian dalam dunia usaha. Pembentukan ketahanan ini mencakup berbagai aspek penting, seperti kemampuan beradaptasi terhadap perubahan, inovasi dalam produk atau layanan, serta penerapan strategi pemasaran

¹ Sri Sundari and Herwiek Diyah Lestari, "Pemasaran Digital Dalam Perusahaan," *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 94–99, <https://wikuacitya.unwiku.ac.id/JurnalWikuacitya:JurnalPengabdianMasyarakat//94>.

² Fasiha, Erwin, and Uci Musdalifah, "The Role of Entrepreneurial Culture in Improving the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises in Yogyakarta," *Economics and Business Review* 7, no. 3 (2024): 103–12, <https://doi.org/10.26487/hebr.v7i3.5172>.

yang efektif, khususnya di era digital. Selain itu, pengelolaan keuangan yang cermat serta jaringan bisnis yang luas turut berperan dalam menjaga kelangsungan usaha. Dengan membangun ketahanan bisnis yang solid, wirausaha muda di Indonesia tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan, tetapi juga memiliki peluang besar untuk berkembang dan memberikan dampak ekonomi yang lebih luas. Dengan semangat kewirausahaan yang kuat serta strategi yang tepat, mereka dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan daya saing bisnis lokal, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional.³ Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-qur'an surat Al-Jumu'ah (62:10) sebagai berikut:

إِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahan:

*Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*⁴

Keberadaan ketahanan kewirausahaan memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, salah satunya melalui peningkatan lapangan kerja dan kontribusi terhadap penerimaan pajak nasional. Dengan semakin berkembangnya sektor wirausaha, masyarakat dapat menjadi lebih mandiri secara finansial dan tidak hanya bergantung pada gaji dari sektor formal. Namun, profesi wirausaha memiliki tantangan tersendiri, mengingat kesalahan kecil dalam pengelolaan usaha dapat berakibat pada kerugian yang signifikan. Berdasarkan data

³ Niluh Kerti Maryasih, "Analisa Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta," *Mjir) Moestopo Journal International Relations* 2, no. 1 (2022): 30–42.

⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahan, Juz 28* (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2026), 554.

Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, dari total 152,11 juta angkatan kerja di Indonesia, sebanyak 55% atau sekitar 35,17 juta jiwa merupakan generasi milenial. Jumlah tersebut menempati posisi terbesar kedua setelah Generasi X. Dengan potensi yang cukup besar, generasi milenial memiliki peluang besar untuk menjadi wirausaha yang sukses serta berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi di masa depan.⁵

Meskipun demikian, masalah yang dihadapi bagi pengembangan wirausaha di Indonesia yaitu masalah ketahanan wirausaha. Ketahanan wirausaha muda di Indonesia masih banyak menghadapi berbagai tantangan yang bisa menghambat bisnis mereka. Salah satu masalah utama adalah sulitnya mendapatkan modal usaha, baik dari bank maupun investor, sehingga bisnis sulit berkembang. Selain itu, kurangnya pengalaman dan keterampilan dalam mengelola usaha sering kali membuat mereka melakukan kesalahan yang berakibat pada kegagalan bisnis, terutama di tahap awal. Persaingan di dunia usaha juga semakin ketat, apalagi dengan masuknya produk luar negeri dan dominasi perusahaan besar yang lebih kuat. Banyak wirausaha muda juga belum memanfaatkan teknologi dan pemasaran digital dengan maksimal, sehingga sulit bersaing di era sekarang.⁶ Selain itu, aturan pemerintah yang sering berubah dan proses perizinan yang rumit juga menjadi hambatan tersendiri bagi mereka. Faktanya, banyak usaha kecil yang tidak mampu bertahan lama karena tidak siap menghadapi perubahan pasar dan kondisi ekonomi

⁵ Angri Aputra, Sukmawati, and Nurhayati Aziz, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, Dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia," *Universitas Muslim Indonesia* 9, no. 1 (2022): 106–25, <https://pasca-umi.ac.id/index.php/tata/article/view/875/937>.

⁶ Muzayyanah Jabani, "PEMAHAMAN MAHASI SWA PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM STAIN PALOPO TENTANG ETIKA WIRUSAHA DALAM" IV, no. 2 (2014): 57–68.

yang tidak menentu. Jika tidak ada strategi yang jelas untuk bertahan dan berkembang, bisnis bisa dengan mudah gulung tikar. Oleh karena itu, wirausaha muda butuh lebih banyak dukungan, seperti pelatihan bisnis, akses modal yang lebih mudah, serta kebijakan yang mempermudah mereka dalam menjalankan usaha.⁷

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian dan dunia bisnis di Indonesia. Salah satu konsekuensi utama dari pandemi ini adalah meningkatnya angka pengangguran akibat Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya efisiensi biaya operasional akibat menurunnya permintaan barang dan jasa. Berdasarkan data, sekitar 15,6% tenaga kerja mengalami PHK selama pandemi berlangsung. Dari perspektif pertumbuhan ekonomi, dampak pandemi mulai terasa pada kuartal II tahun 2020, dengan kontraksi ekonomi sebesar 5,32% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2019. Penurunan ini berlanjut pada kuartal III dan IV dengan angka masing-masing 3,49% dan 2,19%. Berbagai sektor mengalami dampak negatif selama pandemi, antara lain sektor transportasi, pariwisata, perdagangan, kesehatan, serta sektor rumah tangga yang mengalami tekanan ekonomi paling besar.

Berbeda dengan penelitian yang di lakukan sebelumnya dimana peneliti menggunakan variabel; Produk, Strategi Promosi dan kecerdasan Emosional

⁷ Mei Supriyani and Ignatius Erik Sapta Yanuar, "Hubungan Antara Kemampuan Menyusun Rencana Bisnis Dengan Pembelajaran Berbasis Masalah Pada Mata Ajar Kewirausahaan," *Jurnal Administrasi Dan Manajemen* 12, no. 2 (2022): 160–65, <https://doi.org/10.52643/jam.v12i2.2297>.

sebagai variabel moderating.⁸ Berbanding terbalik dengan penelitian ini dimana peneliti ini menggunakan variabel; Modal Sosial, Etika Bisnis, Manajemen Bisnis, Inovasi Bisnis dan Ketahanan Wirausaha dalam satu kerangka pikir. Penelitian ini juga sangat penting karena dapat memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan wirausaha muda, sehingga dapat menjadi dasar pengembangan kebijakan dan strategi bisnis yang lebih efektif di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan yang dijabarkan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Modal Sosial terhadap Ketahanan Wirausaha?
2. Apakah terdapat pengaruh Manajemen Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha?
3. Apakah terdapat pengaruh Modal Sosial terhadap Etika Bisnis?
4. Apakah terdapat pengaruh Modal Sosial terhadap Inovasi Bisnis?
5. Apakah terdapat pengaruh Inovasi Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha?
6. Apakah terdapat pengaruh Etika Bisnis terhadap Manajemen Bisnis?
7. Apakah terdapat pengaruh Etika Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha?
8. Apakah terdapat pengaruh Manajemen Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha?
9. Apakah terdapat pengaruh Modal Sosial terhadap Manajemen Bisnis?

⁸ Sinta Petri Lestari, Andi Tri Haryono, and Aziza Restu Febrianto, "Ketahanan UMKM Menghadapi Masa Pandemi Covid (Studi Kasus Pada UMKM Olahan Pangan Dan Toko Klontong Di Kota Semarang)," *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 2022, 78–90.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Modal Sosial terhadap Ketahanan Wirausaha
2. Untuk mengetahui pengaruh Manajemen Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha
3. Untuk mengetahui pengaruh Modal Sosial terhadap Etika Bisnis
4. Untuk mengetahui pengaruh Modal Sosial terhadap Inovasi Bisnis
5. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha
6. Untuk mengetahui pengaruh Etika Bisnis terhadap Manajemen Bisnis
7. Untuk mengetahui pengaruh Etika Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha
8. Untuk mengetahui pengaruh Manajemen Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha
9. Untuk mengetahui pengaruh Modal Sosial terhadap Manajemen Bisnis

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah wawasan akademik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan wirausaha muda di Indonesia
 - b. Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori terkait kewirausahaan, etika bisnis, inovasi, dan manajemen bisnis
 - c. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang ketahanan bisnis dan wirausaha

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan wawasan bagi wirausaha muda mengenai strategi membangun ketahanan bisnis yang kuat
- b. Membantu pengusaha dalam memahami pentingnya modal sosial, etika bisnis, inovasi, dan manajemen bisnis dalam menjaga keberlanjutan usaha
- c. Menyediakan informasi yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis dan pengembangan strategi usaha yang lebih efektif.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu digunakan peneliti sebagai acuan atau pedoman dasar dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu dapat menjadi perbandingan penelitian terkait persamaan dan perbedaan penelitian yang belum dikaji sehingga di anggap perlu dikembangkan.

1. Muhammad Halmi Maimum dan Hafidh Munawir dengan judul penelitiannya “Peran Karakteristik Kewirausahaan Islam dan Modal Sosial Islam Untuk Resiliensi UMKM”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa karakteristik Kewirausahaan Islam dan Modal Sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap ketahanan UMKM terutama dalam konteks *Covid-19*.⁹ Persamaan penelitian yaitu keduanya membahas modal sosial berperan penting dalam membangun ketahanan usaha, baik dalam menghadapi krisis maupun dalam menjaga keberlangsungan bisnis jangka panjang. Sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu penelitian Muhammad Halmi Maimum dan Hafidh Munawir menunjukkan bahwa modal sosial islam berkontribusi terhadap resiliensi atau ketahanan UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan seperti pandemi covid-19. Sedangkan penelitian ini meneliti modal sosial sebagai faktor utama dalam membangun ketahanan wirausaha, tetapi dengan pendekatan yang bisa

⁹ Muhammad Halim Maimun and Hafidh Munawir, “Peran Karakteristik Kewirausahaan Islam Dan Modal Sosial Islam Untuk Resiliensi UMKM,” *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 1 (2022): 93–100, <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.19873>.

lebih luas, misalnya dalam konteks persaingan bisnis, krisis ekonomi, atau perubahan pasar.

2. Gelard Godwin, et al., dengan judul penelitiannya “Inovasi Bisnis Digital Untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital memberikan dampak signifikan UMKM, terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong inovasi produk.¹⁰ Persamaan penelitian yaitu keduanya menyoroti peran inovasi bisnis dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sedangkan perbedaan penelitian yaitu penelitian Gelard Godwin, et al., menunjukkan bahwa inovasi bisnis digital sangat berpengaruh dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing UMKM. Sedangkan penelitian ini akan meneliti inovasi bisnis, tetapi dengan perspektif yang berbeda, yaitu melihat bagaimana modal sosial dapat mendukung inovasi tersebut.
3. Esfandyar Mohammadi, et al., dengan judul penelitiannya “*An Investigation of the Impact of Social Capital on Social Organization Accountability with an Emphasis on Business Ethics*”. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa akuntabilitas sosial secara langsung dipengaruhi oleh tingkat modal sosial dan etika bisnis. Setelah diteliti lebih jauh, ditemukan bahwa akuntabilitas sosial secara tidak langsung dipengaruhi oleh tingkat modal sosial dan etika bisnis.¹¹

¹⁰ Gelard Godwin et al., “Inovasi Bisnis Digital Untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui Teknologi Dan Adaptasi Digital” 5, no. 2 (2024): 41–47.

¹¹ Esfandyar Mohammadi, Shahram Khalil Nezhad, and Emad Golmohammadi, “An Investigation of the Impact of Social Capital on Social-Organizational Accountability with an Emphasis on Business Ethics,” *Social Capital Management* 7, no. 3 (2020): 431–56, <https://doi.org/10.22059/jscm.2020.305733.2029>.

Persamaan penelitian yaitu keduanya menggunakan variabel modal sosial dan etika bisnis sebagai faktor utama yang mempengaruhi suatu variabel dependen, dan sama-sama ingin mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari modal sosial dan etika bisnis terhadap aspek tertentu. Adapun perbedaan penelitian yaitu penelitian Esfandyar Mohammadi, et al., berfokus pada organisasi sosial sedangkan penelitian ini berfokus pada wirausaha muda di Indonesia.

4. Muhammad Danil dan Muhammad Fanani dengan judul penelitiannya “Analisis terhadap Keterampilan kewirausahaan, Strategi Bisnis, dan Peran Modal Sosial dalam Meningkatkan Hasil Usaha UMKM di Sektor Mebel Kota Jember”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterampilan kewirausahaan, strategi bisnis, dan modal sosial memiliki peran signifikan dalam mendukung peningkatan kinerja usaha pada pelaku UMKM Mebel di Jalan Bondowoso, Kota Jember.¹² Persamaan dari penelitian ini yaitu dimana penelitian ini sama-sama membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha UMKM. Adapun perbandingan penelitian ini yaitu penelitian Muhammad Danil dan Muhammad Fanani menemukan bahwa ketiga variabelnya berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Sedangkan penelitian ini menyoroiti bagaimana modal berinteraksi dengan manajemen bisnis dalam meningkatkan kinerja usaha.
5. Ihsan Hidayat, et al., dengan judul penelitiannya ‘Etika Bisnis dalam Manajemen Bisnis Roti Maros Guna Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial’. Hasil

¹² Muhammad Danil and Muhammad Fanani, “Analisis Terhadap Keterampilan Kewirausahaan , Strategi Bisnis , Dan Peran Modal Sosial Dalam Meningkatkan Hasil Usaha UMKM Di Sektor Mebel Kota Jember,” no. November (2024): 1–11.

penelitian ini menunjukkan bahwa para Usahawan Maros sangat memahami tentang etika bisnis syariah dan mereka terapkan dalam manajemen bisnis mereka.¹³ Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama bertujuan untuk memahami bagaimana etika bisnis mempengaruhi pengelolaan usaha dan dampaknya pada keberlangsungan bisnis. Adapun perbandingan penelitian ini yaitu Ihsan Hidayat, et al., menemukan bahwa pengusaha sudah memahami dan menerapkan etika bisnis syariah. Sedangkan penelitian ini berfokus pada bagaimana etika bisnis secara luas berdampak pada efektivitas manajemen bisnis dalam berbagai sektor usaha.

6. Muhammad Hafiz, et al., dengan judul penelitiannya “Tren Inovasi Bisnis Syariah: Menggali Potensi Pasar dan Etika Berbisnis”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi inovasi dan etika merupakan kunci keberhasilan dan keberlanjutan bisnis syariah.¹⁴ Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menyoroti bagaimana kombinasi antara inovasi dan etika bisnis berkontribusi pada keberhasilan bisnis. Adapun perbandingan penelitian ini yaitu penelitian Muhammad Hafiz, et al., lebih spesifik pada bisnis syariah. Sedangkan penelitian ini memiliki cangkupan yang lebih luas dalam berbagai model bisnis.

¹³ Ihsan Hidayat et al., “Etika Bisnis Dalam Manajemen Bisnis Roti Maros Guna Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial,” *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.35905/banco.v6i1.9002>.

¹⁴ Pasar Dan et al., “TREN INOVASI BISNIS SYARIAH : MENGGALI POTENSI” 1 (2024): 50–57.

7. Patrick Spieth, et al., dengan judul penelitiannya “*Bussines Model Innovation: Integrative Review, Framework, and Agenda for Future Innovation Management Research*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana domain BMI mencakup aspek-aspek yang sesuai, berkontribusi pada, dan memperluas penelitian klasik yang berfokus pada inovasi, bagaimana kedua domain penelitian dapat digabungkan untuk saling memperkaya, dan bagaimana penelitian masa depan dapat mendorong dialog lintas domain yang teputus.¹⁵ Persamaan penelitian ini yaitu membahas inovasi bisnis dan bagaimana pengelolaan inovasi dapat memengaruhi keberlanjutan bisnis, dan keduanya menyoroti bagaimana inovasi bisnis berperan dalam pengembangan strategi bisnis dan pengelolaan usaha. Adapun perbandingan dari penelitian ini yaitu Patrick Speith, et al., mengambil pendekatan akademik yang lebih luas, dengan fokus pada penggabungan berbagai domain penelitian dalam inovasi bisnis. Sedangkan penelitian ini lebih berorientasi pada penerapan inovasi bisnis dalam konteks manajemen bisnis secara praktis.
8. Peter Omoyebagbe, et al., dengan judul penelitiannya “*Innovation and Organisation Resilience Among Small and Medium Sized Enterprises in Lagos State*” hasil penelitiannya mengungkapkan korelasi yang signifikan dan positif antara inovasi kewirausahaan dalam organisasi bisnis dan tingkat ketahanan organisasi yang yang sesuai.¹⁶ Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama

¹⁵ Patrick Spieth, Pascal Breitenmoser, and Tobias Röth, “Business Model Innovation: Integrative Review, Framework, and Agenda for Future Innovation Management Research,” *Journal of Product Innovation Management*, no. April 2022 (2023): 166–93, <https://doi.org/10.1111/jpim.12704>.

¹⁶ Peter Omoyebagbe, “Innovation and Organisational Resilience among Small and Medium- Sized Enterprises in Lagos State” 14, no. 1 (2024): 35–48.

menyoroti bagaimana kemampuan berinovasi dapat meningkatkan daya tahan suatu bisnis atau wirausaha dalam menghadapi tantangan. Adapun perbandingan dari penelitian ini yaitu Peter omoyegbagbe, et al., berfokus pada inovasi kewirausahaan dalam organisasi bisnis dan dampaknya terhadap ketahanan organisasi. Sedangkan penelitian ini lebih spesifik meneliti inovasi bisnis secara luas dan bagaimana hal itu mempengaruhi ketahanan wirausaha, yang mencakup individu wirausahawan selain organisasi bisnisnya.

9. Adam Shore, et al., dengan judul penelitiannya “*Building Entrepreneurial Resilience During Crisis Using Generative AI: An Empirical Study on SMEs*”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa asumsi turbulensi pasra yang tinggi akan memiliki efek positif pada kapabilitas dinamis dan keunggulan kompetitif tidak selalu benar, dan asumsi linear tidak berlaku, yang konsisten dengan asumsi beberapa sarjana.¹⁷ Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti bagaimana wirausahawan dapat bertahan dan berkembang dalam situasi yang penuh tantangan, seperti krisis dan perubahan pasar. Adapun perbandingan dari penelitian ini yaitu dimana Adam Shore, et al., berfokus pada Generative AI dalam membangun ketahanan wirausaha. Sedangkan peneliti ini akan lebih menekankan pada manajemen bisnis secara umum dan tanpa berfokus pada AI.

¹⁷ Adam Shore et al., “Technovation Building Entrepreneurial Resilience during Crisis Using Generative AI: An Empirical Study on SMEs,” *Technovation* 135, no. December 2023 (2024): 103063, <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103063>.

B. Kajian Teori

1. Teori Ketahanan Wirausaha

a) Pengertian Ketahanan Wirausaha

Ketahanan Wirausaha adalah kemampuan individu atau kelompok untuk bertahan menghadapi krisis atau pengalaman yang disruptif dan traumatis, sehingga setelah krisis berlalu, UMKM justru menjadi lebih tangguh dan berkembang lebih baik.¹⁸

Ketahanan wirausaha merujuk pada kemampuan sebuah bisnis atau organisasi untuk bertahan dan berkembang di tengah tantangan serta perubahan lingkungan eksternal. Kriteria atau indikator ketahanan usaha penting untuk mengukur sejauh mana bisnis atau organisasi dapat mengatasi berbagai risiko dan tetap beroperasi dengan efisien dan efektif.

Berikut adalah beberapa kriteria atau indikator yang dapat digunakan untuk menilai ketahanan usaha:

- 1) Keuangan yang sehat: Bisnis yang memiliki keuangan yang kuat dan stabil cenderung lebih mampu menghadapi guncangan ekonomi atau perubahan pasar. Beberapa indikator keuangan yang relevan meliputi tingkat likuiditas yang memadai, pengelolaan utang yang baik, dan kemampuan untuk menghasilkan arus kas positif.

¹⁸ Nikolina Koporcic, Prasanna Kumar, and Kukkamalla Stefan, "Resilience of Small and Medium-Sized Enterprises in Times of Crisis: An Umbrella Review," *Review of Managerial Science*, 2026, 301–29, <https://doi.org/10.1007/s11846-025-00883-0>.

- 2) Diversifikasi produk dan pasar: Bisnis dengan portofolio produk dan pasar yang beragam dapat mengurangi risiko yang terkait dengan fluktuasi permintaan atau perubahan tren pasar tertentu.
- 3) Pengelolaan risiko yang efektif: Kemampuan untuk mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko bisnis secara efisien adalah indikator penting untuk ketahanan usaha. Ini mencakup manajemen risiko operasional, tantangan, dan reputasi.
- 4) Adaptabilitas dan inovasi: Bisnis yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar, teknologi, atau regulasi akan lebih mampu bertahan dalam jangka panjang. Kemampuan untuk berinovasi juga penting untuk menjaga daya saing.
- 5) Sumber daya manusia yang terampil: Ketersediaan dan kualitas sumber daya manusia dalam organisasi berpengaruh pada tingkat ketahanan usaha. Tim yang terampil dan berpengalaman dapat lebih baik dalam menghadapi tantangan.
- 6) Kualitas manajemen: Kualitas manajemen dalam mengambil keputusan strategis dan taktis sangat berpengaruh terhadap ketahanan bisnis. Manajemen yang efektif dapat merespons dan mengelola perubahan dengan lebih baik.
- 7) Keterlibatan dan loyalitas pelanggan: Bisnis yang memiliki basis pelanggan yang kuat cenderung lebih stabil dalam menghadapi fluktuasi pasar. Tingkat keterlibatan dan loyalitas pelanggan dapat mencerminkan ketahanan bisnis.
- 8) Hubungan dengan pihak terkait: Hubungan yang baik dengan pemasok, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya dapat mendukung ketahanan bisnis dalam jangka panjang.

Dalam memahami Ketahanan Wirausaha, salah satu teori yang paling relevan adalah *Resource Based View* (RBV). *Resource Based View* dikemukakan bahwa kapabilitas perusahaan untuk mencapai Ketahanan Wirausaha (Resiliensi Bisnis) yang dianggap setara dengan keunggulan kompetitif berkelanjutan yang bergantung pada sumber daya internal yang spesifik dan bernilai. Dalam konteks ini, seluruh variabel independen ditransformasikan menjadi kategori sumber daya strategis. Modal Sosial dan Etika Bisnis yaitu sebagai aset tak berwujud dan relasional yang sulit ditiru, sementara Manajemen Bisnis dan Inovasi Bisnis diartikan sebagai kapabilitas inti dan dinamis yang esensial.¹⁹ Dengan demikian, RBV membuktikan bahwa ketahanan wirausaha bukan sekedar hasil akhir, melainkan kondisi yang harus dicapai dalam empat variable yaitu modal sosial, etika, manajemen dan inovasi merupakan fondasi utama yang mutlak harus dimiliki, bila dikelola dengan baik, secara langsung memperkuat wirausaha untuk menghadapi dan menjamin kelangsungan usahanya.

2. Teori Modal Sosial

a) Pengertian Modal Sosial

Modal sosial dapat diartikan sebagai kemampuan masyarakat untuk berkolaborasi dan mencapai tujuan bersama dalam berbagai kelompok. Modal sosial merupakan norma-norma sosial yang dapat menciptakan sumber daya baru dalam masyarakat. Dengan demikian, modal sosial dianggap sebagai salah satu elemen penting untuk mendorong persatuan, memfasilitasi pertukaran ide, dan

¹⁹ Hesty Aisyah, Sari Puspita, and Universitas Metamedia, "RESOURCE-BASED VIEW : STRATEGI UMKM DI SUMATERA BARAT UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF A ." 5, no. 2 (2022): 109–20.

membangun kerjasama demi mencapai kemajuan bersama. Modal sosial mencakup kewajiban untuk mematuhi norma-norma sosial demi kepentingan bersama.²⁰

Modal sosial terdiri dari dua kata, yaitu “modal” dan “sosial.” Dalam bahasa Inggris, “modal” diterjemahkan sebagai “capital,” sementara “sosial” tetap sama. Dalam kamus Sosiologi, istilah “capital” merujuk pada sumber daya yang digunakan untuk tujuan produktif, serta persediaan aset material dan kekayaan suatu masyarakat. Sementara itu, istilah “sosial” merujuk pada hal-hal yang berkaitan dengan perilaku interpersonal atau proses sosial. Jika kedua kata tersebut digabungkan menjadi “kapital sosial,” maka artinya adalah aset-aset yang dimiliki secara bersama (modal sosial). Terdapat berbagai definisi modal sosial menurut para ahli, yang umumnya dirumuskan berdasarkan kasus-kasus tertentu yang terjadi dalam masyarakat.

Menurut Pierre Bourdieu, modal sosial didefinisikan sebagai “sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki individu, yang berasal dari jaringan sosial yang terstruktur dan berkelanjutan dalam bentuk pengakuan serta interaksi timbal balik (atau dengan kata lain: keanggotaan dalam kelompok sosial) yang memberikan berbagai bentuk dukungan kolektif kepada anggotanya.” Dalam pengertian ini, modal sosial menekankan pentingnya perubahan dari hubungan sosial yang bersifat sementara dan rapuh, seperti tetangga, teman, atau keluarga, menjadi hubungan yang bersifat jangka panjang, yang ditandai oleh rasa kewajiban terhadap orang lain.

²⁰ Elvani Anisa Putri and Agung Surya Dwianto, “Implementation of Employer Brand Equity As an Effort To Reduce Intention To Leave At Pt Gemilang Plastama Cemerlang,” *Analisis* 13, no. 2 (2023): 403–25, <https://doi.org/10.37478/als.v13i2.3003>.

Menurut Khaled Saleh Al-omoush et al, modal sosial adalah pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki secara kolektif oleh komunitas, serta pola hubungan yang memungkinkan sekelompok individu untuk melakukan kegiatan produktif. Istilah ini merujuk pada organisasi, struktur, dan hubungan sosial yang dibangun oleh komunitas itu sendiri, tanpa intervensi dari pemerintah atau pihak lain. Modal sosial hanya dapat terwujud jika setiap individu bersedia untuk belajar dan mempercayai satu sama lain, sehingga mereka dapat membuat komitmen yang dapat dipertanggungjawabkan untuk mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan.²¹

Menurut Lesser, modal sosial memiliki peranan penting bagi komunitas karena: mempermudah akses informasi untuk anggotanya, berfungsi sebagai media pembagian kekuasaan dalam komunitas, mengembangkan solidaritas, memfasilitasi mobilisasi sumber daya komunitas, memungkinkan pencapaian tujuan bersama, serta membentuk perilaku kebersamaan dan kemampuan berorganisasi dalam komunitas.

Rahmat Rais, dalam kajiannya tentang kehidupan politik di Italia, menemukan bahwa modal sosial adalah unsur utama dalam pembangunan masyarakat madani (civil community). Modal sosial ini merujuk pada aspek-aspek penting dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma-norma, dan jaringan,

²¹ Khaled Saleh Al-omoush et al., "Networking and Knowledge Creation: Social Capital and Collaborative Innovation in Responding to the COVID-19 Crisis Khaled," *Journal of Innovation & Knowledge* 7, no. 2 (2022): 100181, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100181>.

yang dapat meningkatkan efisiensi dalam masyarakat melalui fasilitasi tindakan dan koordinasi.²²

Menurut Putnam, kerjasama lebih mudah terwujud dalam komunitas yang telah mewarisi modal sosial yang signifikan, berupa aturan-aturan, pertukaran timbal balik, dan jaringan antarwarga. Sementara itu, Fukuyama dalam bukunya *In Trust: the Social Capital Value and the Creation of Prosperity* menyatakan bahwa kepercayaan muncul ketika masyarakat membagikan nilai-nilai bersama sebagai dasar kehidupan, yang menciptakan harapan umum dan kejujuran. Dengan adanya kepercayaan, orang tidak akan mudah merasa curiga, yang sering kali menjadi penghalang bagi pencapaian suatu tujuan. Selain itu, jaringan memiliki pengaruh yang sangat positif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan mencapai tujuan bersama.²³

Modal sosial memiliki beberapa indikator, yaitu sebagai berikut:

1) Norma

Norma mencakup nilai-nilai, harapan, dan tujuan yang diyakini serta dijalankan secara kolektif. Terdapat aturan tidak tertulis yang mengikat di antara para pedagang, seperti prinsip tolong-menolong, penentuan lokasi lapak, dan pembayaran uang lapak.

²² Ernani Lola Pedro, Nanang Bagus, and Ignatius Adiwidjaja, "Analisis Penerapan Modal Sosial Ekonomi Masyarakat Terhadap Pengembangan Desa Wisata Sidomulyo Kota Batu," *Indonesian Social Science Review (ISSR)* 2 (2024): 78–88, <https://journal.lenvari.org/issr/article/view/90>.

²³ Kinana Dwinta Sukma and Meyniar Albina, "Prinsip Amanah Dalam Islam : "Perwujudan Nilai Ketuhanan Dan Kemanusiaan Dalam Kehidupan "" 2, no. 2 (2024): 326–28.

2) Kepercayaan

Kejujuran, keadilan, toleransi, keramahan, dan saling menghormati adalah nilai-nilai yang penting. Sosialitas dibangun melalui kepercayaan dalam hubungan usaha, saling membantu ketika seorang pedagang sakit dengan sumbangan sukarela, serta adanya kekerabatan yang mendukung, sehingga dapat bertahan lama sebagai pedagang kaki lima (PKL).

3) Jaringan

Jaringan mencakup pertukaran timbal balik, solidaritas, dan kerjasama. Pola interaksi yang terbentuk antara pedagang dengan sesama pedagang, pihak keamanan, petugas parkir, pemasok, distributor, dan pemilik barang.

b) Modal Sosial Perspektif Islam

Pengertian Modal Sosial dalam Ekonomi Islam
 Beberapa ajaran dalam Islam memiliki potensi untuk menjadi modal sosial dalam pengembangan masyarakat. Berikut adalah beberapa ajaran yang dianggap dapat mendorong umat Muslim untuk bersatu, memberikan perhatian, dan dukungan kepada sesama Muslim yang sedang mengalami kesulitan, serta menumbuhkan rasa saling percaya di antara mereka.²⁴

1) Konsep Ummah Wahidah berlandaskan pada kesadaran normatif bahwa umat Islam bersatu karena memiliki sistem keyakinan yang serupa. Dua aspek penting yang perlu diperhatikan dalam Islam adalah kemaslahatan umat manusia dan keutuhan sosial. Keduanya dapat memberikan dasar pemikiran

²⁴ Al-omoush et al., "Networking and Knowledge Creation: Social Capital and Collaborative Innovation in Responding to the COVID-19 Crisis Khaled."

yang strategis bagi dinamika kehidupan manusia. Oleh karena itu, semua aspek kehidupan manusia, termasuk keselamatan dan kesejahteraan, menjadi tanggung jawab bersama dan tidak bersifat individual. Dengan prinsip kesatuan umat, pendidikan Islam harus dilaksanakan melalui sistem kerja. Pada dasarnya, umat di dunia adalah satu, baik dalam aqidah maupun dalam realitasnya.

- 2) Konsep persaudaraan antar Muslim ini merupakan nilai yang dapat menciptakan rasa saling percaya antara satu Muslim dengan yang lainnya. Konsep ini membuat setiap Muslim merasakan ikatan dengan sesama Muslim. Selain itu, ia juga mampu menumbuhkan rasa percaya seorang Muslim terhadap Muslim lainnya.
- 3) Ajaran saling menolong ini merupakan norma yang dapat mendorong umat Islam untuk bersatu secara kolektif dalam memberikan perhatian dan dukungan untuk meringankan beban penderitaan saudara-saudara mereka. Ta'awun memiliki pengaruh yang besar dalam membina masyarakat, kehidupan umat, dan individu. Oleh karena itu, aktivitas ini menjadi salah satu yang paling utama di sisi Allah SWT.
- 4) Secara bahasa, Ihsan berarti sama dengan fi'lul khair, yang merujuk pada perbuatan baik, kedermawanan, dan kemurahan hati. Sedangkan secara istilah, Ihsan adalah berbuat dengan ikhlas dan sebaik mungkin, yaitu mengikhlaskan ibadah hanya untuk Allah dan menyempurnakan pelaksanaannya. Dengan demikian, beberapa nilai dasar Islam seperti Ummah Wahidah, Ukhuwah, Ta'awun, dan Ihsan dapat menjadi modal sosial yang mendorong kaum Muslim untuk bersatu dalam menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan mereka.

3. Teori Etika Bisnis

a. Pengertian Etika Bisnis

Istilah etika berasal dari kata Inggris “ethics,” yang juga berakar dari bahasa Yunani “ethikos.” Kata ini memiliki berbagai makna. Etika dapat diartikan sebagai hal-hal yang harus dilaksanakan. Selain itu, etika juga merujuk pada karakter moralitas yang menjadi ukuran tindakan yang dapat disebut bermoral. Etika berarti upaya mencari kehidupan yang dapat dianggap baik secara moral. Secara umum, etika adalah refleksi kritis dan penjelasan rasional mengenai apa yang baik dan buruk. Etika merupakan ilmu yang berisi pedoman tentang hal-hal yang benar atau salah, baik atau buruk, serta berguna atau tidak berguna.

Etika adalah tindakan yang dilakukan dengan benar dan baik, menghindari keburukan, melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan moral, serta menjalankan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab. Dalam konteks Islam, etika merujuk pada akhlak seorang Muslim dalam semua aktivitas, termasuk dalam bidang bisnis. Oleh karena itu, untuk mencapai keselamatan di dunia dan akhirat, kita perlu menerapkan etika dalam setiap aktivitas bisnis kita.²⁵

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Secara dasar, bisnis berarti pembelian dan penjualan barang serta jasa. Bisnis juga dipahami sebagai aktivitas usaha individu yang terorganisir atau terlembaga, bertujuan untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa demi memperoleh keuntungan dan memenuhi kebutuhan

²⁵ Sri Wahyuningsih, “KONSEP ETIKA DALAM ISLAM,” *Jurnal An-Nur*, 2022, <https://journal.an-nur.ac.id/index.php/annur/article/view/167>.

masyarakat. Perbedaan antara etika bisnis Islam dan etika usaha konvensional terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang yang berkaitan dengan akhirat. Prinsip ini memberikan pengikat yang lebih kuat dan jelas sanksinya. Etika bisnis Islam memiliki dua cakupan. Pertama, cakupan internal, yang berarti perusahaan memperhatikan manajemen internal dengan fokus pada kesejahteraan karyawan, perlakuan yang manusiawi dan tidak diskriminatif, serta pendidikan. Kedua, cakupan eksternal mencakup aspek transparansi, akuntabilitas, kejujuran, dan tanggung jawab.²⁶

Begitu pula, perusahaan diharapkan memperhatikan aspek lingkungan dan masyarakat sebagai pemangku kepentingan. Prinsip-prinsip etis yang perlu diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Jujur
2. Halal
3. Barang berkualitas baik
4. Dilarang menyembunyikan cacat barang
5. Hindari bermain sumpah
6. Longgar dan bermurah hati
7. Jangan bersaing dengan teman
8. Catat utang piutang
9. Larangan riba
10. Anjuran untuk berzakat

²⁶ Ikhwan Madina Lubis, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Tapanuli Tengah Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediator," 2024.

Nilai-nilai dasar etika bisnis dalam Islam meliputi:

1. Tauhid
2. Khilafah
3. Ibadah
4. Tazkiyah
5. Ihsan

Nilai-nilai dasar ini dapat dihubungkan dengan prinsip-prinsip umum seperti keadilan, kejujuran, transparansi, kebersamaan, kebebasan, tanggung jawab, dan akuntabilitas.

Bisnis adalah proses pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling memberikan keuntungan atau manfaat. Secara dasar, bisnis diartikan sebagai pembelian dan penjualan barang serta jasa. Selain itu, bisnis juga dipahami sebagai aktivitas usaha individu yang terorganisir atau terlembaga, bertujuan untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa demi mendapatkan keuntungan serta memenuhi kebutuhan masyarakat.

Penggabungan etika dan bisnis, atau sebaliknya, dapat diartikan sebagai penerapan norma-norma agama dalam dunia bisnis, penerapan kode etik profesi bisnis, peninjauan kembali sistem hukum ekonomi, serta peningkatan keterampilan dalam manajemen untuk memenuhi tuntutan etika dari pihak luar demi mencari keamanan, peluang, dan lainnya.

Etika bisnis dalam sebuah perusahaan dapat membentuk nilai, norma, dan perilaku karyawan serta pemimpin dalam menciptakan hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan, mitra kerja, pemegang saham, dan masyarakat. Etika

bisnis merupakan kajian tentang apa yang benar dan salah dalam penanganan situasi, aktivitas, dan keputusan yang berkaitan dengan bisnis.²⁷

Etika adalah kajian tentang standar moral yang secara eksplisit bertujuan untuk menetapkan ukuran realitas moral, apakah itu kurang, cukup, atau sangat besar. Sementara itu, penentuan apa yang baik dan buruk adalah hal yang dapat bervariasi. Selain memiliki peran dalam menerapkan nilai-nilai etika, perusahaan juga menerapkan nilai-nilai moral, seperti disiplin karyawan dan budaya perusahaan, yang akan dibahas lebih lanjut di bawah ini.

1. Berperilaku Bersih

a) Menghindari Perbuatan Tercela

Setiap pelaku bisnis sebaiknya menghindari tindakan tercela, seperti melanggar norma, hukum, dan ketentuan yang berlaku di perusahaan.

b) Menolak Kegiatan KKN (Kolusi, Korupsi, Nepotisme)

Kolusi adalah kerjasama dengan pihak lain atau diri sendiri untuk meraih keuntungan yang merugikan perusahaan. Korupsi merujuk pada penyalahgunaan dan penggelapan dana perusahaan demi keuntungan pribadi atau orang lain. Nepotisme adalah tindakan yang merugikan perusahaan dengan memberikan keuntungan hanya kepada keluarga, kerabat, atau teman.

²⁷ Andres Dharma Nurhalim, "Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya Dalam Kemajuan Perusahaan" XIV, no. 2 (2023): 11–20.

c) Tidak Menerima pemberian

Tidak menerima uang, hadiah, atau bentuk pemberian lain untuk tujuan tertentu yang berkaitan dengan pekerjaan.

d) Jujur

Melakukan tindakan yang selaras dengan hati nurani dan kata-kata, sehingga menjadikan suatu kegiatan benar tanpa adanya pencitraan.

2. Transparan

Aktivitas kerja dilakukan dengan terbuka, tanpa menyembunyikan apapun. Informasi dan aktivitas yang telah dilakukan dapat dikomunikasikan kepada pihak-pihak berkepentingan

3. Profesional

Bersikap profesional berarti melaksanakan pekerjaan dengan sungguh-sungguh, bertujuan untuk mencapai hasil yang baik dan melakukan pekerjaan dengan sebaik-baiknya.

b. Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Prinsip etika Islam adalah dasar yang dibangun dan dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan, termasuk dalam aktivitas bisnis. Ini penting agar kegiatan bisnis umat Islam sejalan dengan syariat. Beberapa prinsip etika bisnis Islam menurut Syed Nawab Haider Naqvi, yang dikutip oleh Muhammad Djakfar, antara lain:²⁸

²⁸ Destiya Wati, Suyudi Arif, and Abrista Devi, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–54, <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>.

1) Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan etika Islam di sini mencerminkan konsep tauhid yang mengintegrasikan semua aspek kehidupan seorang Muslim, baik di bidang ekonomi, politik, maupun sosial, menjadi satu kesatuan yang homogen. Konsep ini menekankan pentingnya konsistensi dan keteraturan secara menyeluruh. Dari perspektif ini, Islam menawarkan integrasi antara agama, ekonomi, dan sosial untuk menciptakan kesatuan. Dengan pandangan ini, etika dan bisnis menjadi terintegrasi secara vertikal maupun horizontal, membentuk kesatuan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2) Keseimbangan (*equilibrium*)

Dalam aktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam menuntut agar kita berbuat adil, termasuk kepada pihak yang mungkin tidak disukai. Ini sejalan dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah: 8 yang berbunyi: “Wahai orang-orang beriman, hendaklah kalian selalu menegakkan kebenaran karena Allah SWT, dan menjadi saksi dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorongmu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena keadilan lebih dekat dengan ketakwaan.”

Dengan demikian, Islam mengharuskan adanya keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan orang lain, termasuk hak pembeli dan hak penjual, serta aspek-aspek lainnya. Ini berarti sumber daya ekonomi harus berputar di setiap lapisan masyarakat tanpa diskriminasi.

3) Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan adalah elemen penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan tersebut tidak boleh merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu diberikan ruang yang luas. Tanpa batasan pendapatan, individu terdorong untuk aktif berkarya dan memanfaatkan seluruh potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus memenuhi kebutuhan pribadi yang tidak terbatas dikendalikan oleh kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui zakat, infak, dan sedekah.

4) Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah sesuatu yang tidak mungkin bagi manusia karena akan mengabaikan kebutuhan akan pertanggungjawaban dan akuntabilitas dalam memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan. Manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakan mereka. Secara logis, prinsip ini sangat terkait dengan kehendak bebas, yang menetapkan batasan mengenai apa yang dapat dilakukan secara bebas oleh manusia sambil tetap bertanggung jawab atas semua tindakan mereka. Kesukarelaan dalam pertanggungjawaban mencerminkan implementasi iman seseorang sebagai hasil dari kesadaran akan tauhid. Dalam Islam, tanggung jawab diterapkan dalam perspektif etika bisnis, di mana pelaku bisnis diharuskan menjalankan aktivitas mereka sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah.

4. Teori Inovasi Bisnis

a. Pengertian Inovasi Bisnis

Inovasi memiliki banyak arti penting yang mencakup hal-hal seperti:²⁹

1) Inovasi Sebagai Pembaharuan

Pada dasarnya, inovasi adalah proses pembaruan yang menghasilkan nilai tambah bagi penggunanya. Peningkatan nilai pada produk atau layanan disebut sebagai objek inovasi. Pembaruan ini terjadi sebagai hasil dari penerapan perubahan pada produk. Kunci keberhasilan inovasi terletak pada meningkatnya manfaat bagi pengguna.

2) Inovasi Sebagai Perubahan

Perubahan bentuk produksi melalui proses pengolahan yang menghasilkan barang jadi.

3) Inovasi Sebagai Keunggulan

Inovasi berarti menciptakan keunggulan dalam bentuk yang baru. Bentuk inovasi mencakup inovasi produk, proses, metode, teknologi, dan manajemen.

Inovasi adalah satu-satunya alternatif bagi badan usaha untuk menghadapi persaingan dalam manajemen bisnis yang lebih lanjut. Ahmed dan Shepherd dalam karya Sukmadi menjelaskan bahwa inovasi adalah cara untuk merealisasikan gagasan baru melalui produksi atau dengan mengubah suatu produk menjadi sesuatu yang nyata, baru, dan berbeda. Untuk memenuhi target pasar, inovasi dilakukan dengan menerapkan teknik produksi baru dan memanfaatkan

²⁹ Nuzula Firdausi et al., "Apa Yang Dimaksud Dengan Inovasi Model Bisnis?," *Management (Croatia)*, 2021, 1–6.

teknologi untuk meningkatkan kualitas produk. Dengan kata lain, inovasi adalah perubahan atau penemuan ide yang bertujuan untuk memperbaiki dan mengembangkan produk guna memenuhi kebutuhan konsumen.³⁰

Inovasi dapat dijelaskan sebagai penciptaan ide baru atau pengembangan sesuatu yang baru untuk meningkatkan produk dan jasa yang diinginkan oleh pelanggan. Dengan demikian, inovasi merupakan langkah untuk menciptakan produk atau proses baru. Inovasi tidak hanya terbatas pada bentuk fisik produk, tetapi juga mencakup sifat dan perilaku, serta upaya untuk melakukan perubahan dalam tatanan kehidupan. Inovasi dapat digunakan untuk mendorong perubahan di berbagai aspek kehidupan masyarakat, dengan tujuan meningkatkan martabat setiap individu dan seluruh komunitas yang terlibat.

b. Ruang Lingkup Manajemen Inovasi

Dalam perkembangan perusahaan dan untuk menghadapi persaingan, inovasi memiliki kontribusi yang sangat penting. Sebagai pelaku wirausaha, diperlukan pengelolaan inovasi untuk mengorganisir inisiatif dalam menciptakan dan menginovasi. Ide-ide tersebut harus terstruktur, efisien, sistematis, dan berkelanjutan agar sejalan dengan konsep pengembangan usaha.

Inovasi adalah terobosan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Seorang pelaku usaha yang terus-menerus menginovasi produknya dapat disebut sebagai individu yang inovatif, yang selalu berusaha untuk melakukan perubahan

³⁰ Z Firda et al., "Implementasi Inovasi Branding Batik Celup Dan Jamu Sebagai Produk Unggulan Umkm Desa Kenongo," *Jurnal Pengabdian ...* 3, no. 1 (2022): 252–58, <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/326%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/326/273>.

dan menghadirkan hasil unik yang tidak dimiliki oleh pesaing. Keuntungan dan kesuksesan dapat diraih jika mereka benar-benar berkomitmen dalam melaksanakan inovasi.

Sifat inovatif adalah bagian dari karakter seorang pengusaha yang mampu mengubah lingkungan sekitarnya. Inovatif pada dasarnya adalah strategi yang membedakan pelaku usaha dari individu biasa; mereka berpikir secara kreatif tentang cara bertindak agar berbeda dari pemikiran orang lain.

c. Ciri, Karakteristik dan Sifat Perubahan dalam Inovasi

1. Ciri-ciri Inovasi

Adapun ciri” Inovasi Sebagai berikut:

- a) Memiliki keunikan atau kekhususan berarti bahwa setiap inovasi memiliki ciri khas dalam setiap gagasan, rencana, aturan, struktur, serta peluang yang diharapkan.
- b) Mempunyai unsur kebaruan berarti bahwa suatu inovasi membutuhkan individualitas sebagai hasil dari pemikiran yang terbaru dan orisinal.
- c) Susunan sistem kinerja pada inovasi menunjukkan bahwa inovasi dikembangkan secara rinci, tanpa terburu-buru, dengan menggunakan teknik yang telah direncanakan sebelumnya.
- d) Tujuan dari pergerakan inovasi harus terfokus dengan menggunakan strategi yang jelas untuk mencapai hasil yang diinginkan.

2. Karakteristik Inovasi

Kecepatan penerimaan inovasi oleh komunitas bergantung pada karakteristik spesifik dari inovasi itu sendiri. Karakteristik inovasi mempengaruhi

seberapa cepat atau lambat informasi tersebut diterima, menurut Everett M. Rogers dalam bukunya yang dikutip oleh Sukmadi.

a) Keunggulan relatif (relative advantage)

menunjukkan sejauh mana inovasi dapat memberikan manfaat bagi pengguna. Manfaat tersebut bisa diukur melalui penilaian ekonomi, status sosial, preferensi, dan faktor-faktor penting lainnya.

b) Kompatibilitas (compatibility)

berkaitan dengan sejauh mana inovasi dapat disesuaikan dengan nilai, norma, dan kebutuhan yang ada. Inovasi yang tidak sejalan dengan nilai atau norma yang berlaku cenderung tidak akan diterima.

c) Kerumitan (complexity)

merujuk pada tingkat kesulitan dalam memahami atau menggunakan inovasi tersebut. Inovasi yang mudah dipahami dan diimplementasikan akan lebih cepat diterima.

d) Kemampuan diuji coba (trialability)

berarti sejauh mana inovasi dapat diuji oleh pengguna untuk menunjukkan keunggulannya, sehingga inovasi tersebut lebih mudah diterima.

e) Kemampuan pengamatan (observability)

Inovasi yang mudah diamati akan lebih cepat diterima oleh komunitas. Sebaliknya, inovasi yang sulit untuk dilihat atau diamati cenderung akan lambat diterima.

3. Sifat Perubahan Dalam Inovasi

6 kelompok sifat perubahan di dalam inovasi yaitu:³¹

a) Penggantian (*subtitution*)

Contohnya: perubahan dalam jenis sekolah, penggantian perabotan, perlengkapan, atau sistem ujian yang lama dengan yang baru.

b) Perubahan (*alternation*)

Perumpamaan: mengubah peran guru yang sebelumnya hanya mengajar, ditambah dengan tanggung jawab sebagai pembimbing dan penyuluh, dari kurikulum yang bersifat teoritis akademis menjadi kurikulum yang lebih berfokus pada keterampilan hidup praktis.

c) Penambahan (*addition*)

Contohnya: pengenalan metode penyusunan dan analisis item tes objektif di kalangan guru sekolah dasar tanpa mengubah metode penilaian yang telah ada sebelumnya.

d) Penyusunan kembali (*restructturing*)

Misalnya: upaya untuk merestrukturisasi peralatan, mengatur kembali komposisi, ukuran, dan desain ruang kelas, serta menyusun ulang urutan mata pelajaran dalam sistem.

e) Penghapusan (*elimination*)

Diumpamakan: usaha untuk menghilangkan pelajaran-pelajaran tertentu serta menghapus kebiasaan mengenakan seragam.

³¹ Monika Innercentia Ken Sukatno, "Analisis Kebermanfaatan Karakteristik Inovasi Proses E-Procurement (Studi Pada Rumah Sakit Jiwa Ghrasia)," *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal* 6, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.22146/abis.v6i2.59116>.

f) Penguatan (*reinforcement*)

Seandainya: metode untuk meningkatkan atau memperkuat kemampuan tenaga kerja dan fasilitas agar berfungsi secara optimal dalam mendukung pencapaian tujuan pendidikan dengan cara yang efektif dan efisien.

d. Jenis-jenis Inovasi

Jenis-jenis inovasi sebagai berikut:

- 1) Inovasi produk (*product innovation*) adalah inovasi yang berfokus pada produk yang ditawarkan. Inovasi ini terbagi menjadi kemampuan produk, sistem produk, solusi, dan pengetahuan pelanggan.
- 2) Inovasi proses (*process innovation*) adalah inovasi yang mengubah cara pembuatan atau pengantaran produk. Inovasi ini mencakup subkategori pengalaman pelanggan, proses inti, platform produk, rantai pasokan, jaringan distribusi, dan layanan pelanggan.
- 3) Inovasi merek (*brand innovation*) adalah inovasi yang mengubah konteks di mana produk atau jasa ditawarkan. Inovasi ini dibagi menjadi posisi, merek, dan perspektif.
- 4) Inovasi model bisnis (*business model innovation*) merujuk pada inovasi yang mengubah konteks di mana produk atau jasa ditawarkan. Inovasi ini terdiri dari posisi, sumber pendapatan, dan perspektif.

e. Faktor penunjang serta Manfaat Inovasi

Anang Subardjo dan Mia Ika Rahmawati, menjelaskan bahwa inovasi tidak hanya berkaitan dengan keahlian atau sistem baru, melainkan melalui penilaian, karena dapat memberikan manfaat yang menguntungkan. Inovasi tidak

hanya terkait dengan ilmu pengetahuan dan teknologi baru, tetapi juga harus berhubungan dengan perubahan sosial. Berikut adalah manfaat dari inovasi:³²

- 1) Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui penemuan inovasi baru yang membantu memenuhi kebutuhan manusia.
- 2) Memperkuat suatu perusahaan untuk meningkatkan pemasaran dan keuntungan yang diperoleh.
- 3) Mendorong peningkatan kemampuan untuk menyalurkan kreativitas ke dalam penciptaan hal-hal baru.
- 4) Menciptakan keberagaman produk di pasar.

Inovasi dapat mendukung faktor-faktor seperti: (1) keinginan untuk berubah dari tidak mampu menjadi mampu dan dari tidak tahu menjadi tahu; (2) kebebasan untuk berekspresi; (3) bimbingan dalam memperluas wawasan; (4) tersedianya sarana dan prasarana; dan (5) kondisi lingkungan yang harmonis.

Adapun faktor-faktor yang mendukung tercapainya suatu keberhasilan meliputi:³³

- 1) Berorientasi Pasar

Banyak inovasi yang hanya sekedar menyelesaikan masalah kreatif tetapi tidak memiliki keunggulan kompetitif di pasar. Hubungan antara inovasi dan pasar melibatkan pesaing, persaingan, perubahan dalam persaingan, faktor penentu arah perubahan, serta perilaku konsumen.

³² Anang Subardjo and Mia Ika Rahmawati, "Inovasi Model Bisnis Inkubasi Dan Kolaborasi Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya Di Era 4.0," *Jurnal Penelitian Inovatif* 2, no. 1 (2022): 17–24, <https://doi.org/10.54082/jupin.36>.

³³ Ni Putu, Lisa Ernawatiningsih, and I Putu Edy Arizona, "MENENGAH (Studi Kasus UMKM Di Kecamatan Denpasar Utara)" 3, no. 2 (2022): 128–38.

2) Mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan

Dengan nilai tambah yang tepat, perusahaan dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangannya.

3) Efisiensi dan efektivitas

Tanpa keduanya, inovasi yang dihasilkan tidak akan memiliki arti atau dampak bagi perkembangan perusahaan.

4) Sejalan dengan visi dan misi perusahaan

Hal ini penting untuk mencegah terjadinya penyimpangan dalam proses pertumbuhan usaha.

f. Proses Inovasi

Proses inovasi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi, mulai dari kesadaran akan adanya inovasi hingga penerapannya dalam usaha. Inovasi digambarkan sebagai suatu metode yang mengalami peredaran secara berkelanjutan, mencakup fase kesadaran, penghargaan, adopsi, difusi, dan implementasi. De Jong & Den Hartog, dalam bukunya yang dikutip oleh Sukmadi, menjelaskan bahwa proses inovasi terdiri dari:³⁴

1. Menghasilkan ide dengan merancang rencana dan desain inovasi.
2. Menyelesaikan masalah dengan memecah ide menjadi beberapa komponen, memprioritaskan setiap komponen, memilih solusi yang tepat untuk setiap masalah, serta mempertimbangkan metode yang digunakan berdasarkan kriteria

³⁴ Arif Fiandi, "Proses Inovasi Dalam Organisasi Innovation Process in Organizations," 2024, 22–28.

dari fase pertama yang menghasilkan penemuan baru dalam inovasi sebelum mengimplementasikannya.

g. Tahapan dalam Proses Inovasi

Gerald Christopher Chandra dan Bambang Haryadi, merinci teknik inovasi dalam berbagai tahap sebagai berikut:³⁵

- 1) Mengidentifikasi peluang. Peluang akan muncul ketika ada suatu masalah, sehingga perilaku inovatif dimulai dengan mengamati kesempatan yang ada.
- 2) Menghasilkan ide. Ketika menghadapi suatu masalah, penting untuk menghasilkan sebanyak mungkin ide untuk menyelesaikannya.
- 3) Menilai ide. Tidak semua ide dapat diterapkan, sehingga perlu dilakukan penilaian terlebih dahulu. Salah satu hal yang harus dipertimbangkan adalah seberapa besar ide tersebut akan memberikan keuntungan atau kerugian. Penilaian ide dilakukan secara berkelanjutan hingga ditemukan peluang yang tepat.
- 4) Implementasi. Diperlukan keberanian untuk mengambil risiko. Dalam pengambilan risiko, sebaiknya menggunakan tingkat risiko yang moderat, terkait dengan peluang untuk mencapai tujuan inovasi.

h. Penggunaan Inovasi Manajemen

Inovasi manajemen diterapkan saat ada pengaturan dalam organisasi. Berbagai masalah muncul dari penelitian saat ini maupun di masa depan. Untuk menghasilkan sebuah gagasan, penting untuk mengamati masalah dengan

³⁵ Novensi Dara Rahmadhan et al., "Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam Mendorong Efisiensi Kegiatan Operasional Pada Umkm Di Indonesia" 4, no. 1 (2025): 48–61.

mempelajari banyak sumber seperti buku, internet, majalah, serta berdiskusi secara formal.

Untuk mengembangkan gagasan yang ada, peluang dapat dilihat dengan cara memperhalus konsep atau menggabungkan ide-ide. Selanjutnya, ide-ide tersebut diuji untuk mengetahui mana yang sesuai dengan arah, bahan baku, pengguna, dan biaya produksi.

Manajemen inovasi adalah metode untuk mengelola inovasi dalam industri agar dapat menciptakan daya saing yang berkelanjutan. Struktur inovasi diperlukan untuk memastikan bahwa ide-ide baru dapat berkembang dengan cepat dan berfungsi sebagai landasan kemajuan dunia dalam menghadapi tantangan eksternal. Di sinilah peran manajemen inovasi menjadi sangat penting.³⁶

5. Teori Manajemen Bisnis

a. Pengertian Manajemen Bisnis

Manajemen adalah ilmu dan seni dalam mengatur penggunaan sumber daya manusia serta sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Istilah manajemen memiliki berbagai definisi. Secara umum, manajemen diartikan sebagai pengelolaan sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran dan kinerja yang tinggi, baik dalam organisasi yang berorientasi profit maupun non-profit.³⁷

³⁶ E. Susilowati et al., "Strategi Manajemen Inovasi Dan Kreativitas Dalam Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Imah Uing (IU)," *DIGIBE : Digital Business and Entrepreneurship Journal* 2, no. 1 (2024): 17–26, <https://journal.feb.uniku.ac.id/digibe/article/view/17>.

³⁷ Anggi Pasca Arnu Apriyani Pratiwi, "Pemahaman Dasar Untuk Pengimplementasian Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Non-Profit" 11 (2025): 137–42.

Definisi manajemen adalah “Manajemen adalah suatu proses yang khas yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan memanfaatkan sumber daya manusia serta sumber daya lainnya.”³⁸

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui berbagai kegiatan. Seorang manajer atau pelaku yang mengatur suatu kegiatan akan melakukan koordinasi atas berbagai aktivitas yang terkait dengan usaha, yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, penempatan, pengarahan, dan pengendalian.

Setiap unsur manajemen berkembang menjadi berbagai bidang, termasuk manajemen sumber daya manusia (MSDM), manajemen permodalan, manajemen akuntansi biaya, manajemen produksi, dan manajemen pemasaran. Dalam konteks pengelolaan bisnis, manajemen produksi berfokus pada pengaturan kegiatan terkait penentuan atau penggunaan alat, mesin, tata letak peralatan, dan metode produksi barang atau jasa untuk memastikan kualitas yang baik. Selain itu, pengaturan ruang perusahaan, perawatan, dan aspek lainnya juga merupakan bagian dari manajemen produksi.

b. Urgensi Manajemen Bisnis

Pada dasarnya, kemampuan manusia itu terbatas (fisik, pengetahuan, waktu, dan perhatian), sedangkan kebutuhannya tidak terbatas. Upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keterbatasan dalam melaksanakan pekerjaan mendorong

³⁸ Anastasya Rahma et al., “Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Perubahan Organisasi Melalui Definisi Fungsi Pengelolaan Serta Pendekatan” 14, no. 3 (2025): 441–53.

individu untuk membagi pekerjaan, tugas, dan tanggung jawab. Dengan adanya pembagian ini, akan terbentuk kerja sama dan keterikatan formal dalam suatu organisasi. Dalam organisasi tersebut, pekerjaan yang berat dan sulit dapat diselesaikan dengan baik, sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Terdapat beberapa alasan mengapa manajemen sangat penting, yaitu:³⁹

- 1) Pekerjaan yang berat dan sulit tidak dapat diselesaikan sendiri, sehingga diperlukan pembagian kerja, tugas, dan tanggung jawab untuk menyelesaikannya.
- 2) Keberhasilan suatu perusahaan sangat bergantung pada penerapan manajemen yang baik.
- 3) Manajemen yang efektif akan meningkatkan efisiensi dan hasil dari semua potensi yang ada.
- 4) Manajemen yang baik akan membantu mengurangi pemborosan.
- 5) Manajemen menetapkan tujuan untuk suatu usaha.
- 6) Manajemen memastikan pencapaian tujuan dilakukan secara teratur.
- 7) Manajemen berfungsi sebagai pedoman dalam berpikir dan bertindak.
- 8) Manajemen selalu diperlukan dalam setiap kolaborasi kelompok.

c. Fungsi Manajemen Bisnis

Fungsi-fungsi manajemen adalah serangkaian kegiatan yang dilaksanakan dalam manajemen berdasarkan fungsinya masing-masing dan

³⁹ Roomaysa Kamiliya Azzahra et al., "Sumber Daya Dan Kemampuan Organisasi. Pemimpin" 2, no. 9 (2023): 31–40.

mengikuti tahapan tertentu dalam pelaksanaannya. Terdapat empat fungsi utama dalam manajemen, yaitu:⁴⁰

1) Perencanaan

Perencanaan atau Planning adalah proses yang melibatkan upaya untuk mengantisipasi tren di masa depan serta menentukan strategi dan taktik yang tepat untuk mencapai target dan tujuan organisasi. Di antara tren dunia bisnis saat ini, misalnya, adalah bagaimana merencanakan bisnis yang ramah lingkungan dan merancang organisasi yang dapat bersaing dalam persaingan global. Selain itu, perencanaan juga mencakup kegiatan bisnis yang telah dilakukan agar dapat berjalan lebih baik, lebih efektif, dan efisien. Contohnya adalah perencanaan untuk mengalihkan peralatan dari konvensional ke modern, bahkan lebih modern dengan menggunakan mesin. Dengan sumber daya dan modal yang memadai, hal ini dapat menghasilkan produk yang berkualitas dalam waktu yang efisien.

2) Pengorganisasian

Pengorganisasian atau Organizing adalah proses yang berkaitan dengan bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan diatur dalam sebuah struktur organisasi yang responsif dan kuat, dengan sistem serta lingkungan organisasi yang mendukung. Proses ini memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Contohnya termasuk pemrograman atau penjadwalan kegiatan dalam

⁴⁰ Rudolf Fahrner, "Ishak," *Lyrische Dramen Nach Orientalischen Quellen*, 2014, 161–230, <https://doi.org/10.7788/boehlau.9783412217785.161>.

suatu usaha atau organisasi, baik kegiatan rutin maupun yang bersifat khusus. Dengan demikian, hasil yang diperoleh akan lebih optimal dan terencana.

3) Pengimplementasian

Pengimplementasian atau Directing adalah proses pelaksanaan program agar dapat dijalankan oleh semua pihak dalam organisasi, serta proses untuk memotivasi mereka agar melaksanakan tanggung jawab dengan kesadaran dan produktivitas yang tinggi. Dalam konteks Directing, biasanya suatu kegiatan organisasi dipimpin oleh seorang kepala kelompok yang bertugas mengarahkan bawahannya dan membagi pekerjaan sesuai dengan kemampuan staf. Dengan cara ini, kegiatan yang dilakukan dapat terlaksana dengan baik, efektif, dan efisien.

4) Pengendalian

Pengendalian dan Pengawasan atau Controlling adalah proses yang dilaksanakan untuk memastikan bahwa seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan berjalan sesuai dengan target yang diharapkan, meskipun terdapat berbagai perubahan dalam lingkungan bisnis yang dihadapi.

Banyak ahli memiliki pandangan yang berbeda mengenai fungsi manajemen, namun esensinya tetap sama: Manajemen terdiri dari berbagai proses yang melibatkan tahapan tertentu untuk mencapai tujuan organisasi. Setiap tahapan saling terkait dalam upaya mencapai tujuan tersebut.⁴¹

⁴¹ Sinta Sukma Ayu and Zuhrinal M. Nawawi, "Penerapan Planning, Organizing, Actuating, And Controlling (POAC) Dalam Manajemen Bisnis Islam," *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2023): 51–68, <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i1.1733>.

d. Fungsi Operasional Manajemen Bisnis

Dalam pelaksanaan kegiatan bisnis, fungsi-fungsi manajemen yang dijalankan menurut tahapan tertentu akan berbeda-beda berdasarkan fungsi operasionalnya. Berdasarkan operasionalisasinya, manajemen organisasi bisnis secara umum dapat dibedakan menjadi beberapa fungsi, yaitu:⁴²

1) Manajemen Sumber Daya

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah penerapan manajemen berdasarkan fungsinya untuk mendapatkan sumber daya manusia terbaik untuk bisnis yang dijalankan, serta memastikan bahwa sumber daya manusia tersebut dapat bekerja dengan kita dengan kualitas pekerjaan yang baik dan terus meningkat.

2) Manajemen Produksi

Manajemen Produksi adalah penerapan manajemen berdasarkan fungsinya untuk memproduksi barang yang memenuhi standar yang ditetapkan sesuai dengan keinginan konsumen, menggunakan teknik produksi yang seefisien mungkin. Kegiatan produksi pada dasarnya adalah proses mengubah sumber daya input menjadi output berupa barang atau jasa.

3) Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah kegiatan manajemen yang berfokus pada upaya mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan cara untuk memenuhinya. Ini merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok

⁴² Rahmadhan et al., "Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam Mendorong Efisiensi Kegiatan Operasional Pada Umkm Di Indonesia."

memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukar produk yang bernilai dengan pihak lain.

4) Manajemen Keuangan

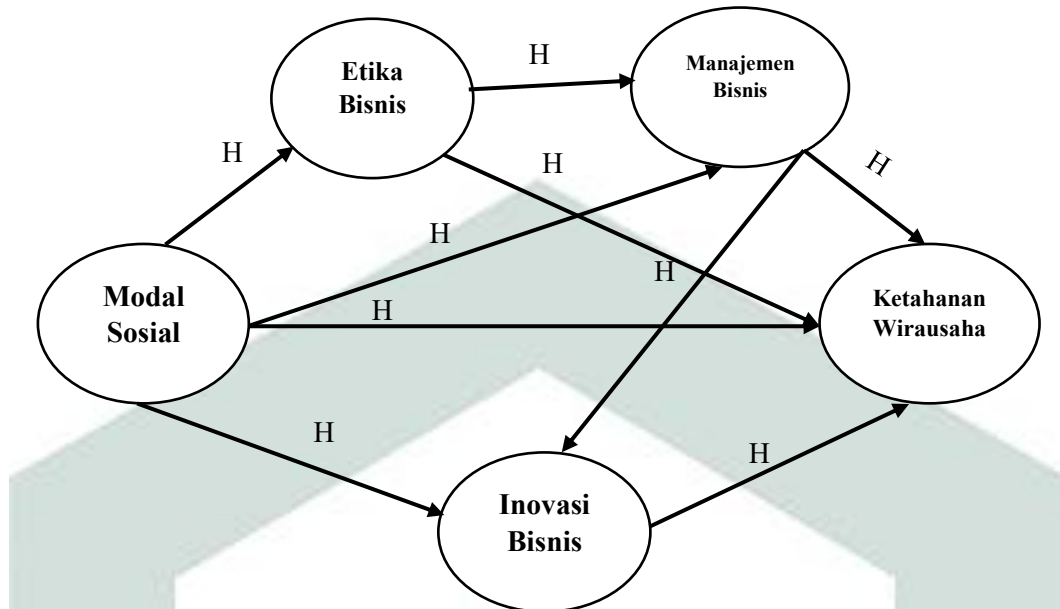
Manajemen Keuangan adalah kegiatan manajemen yang berfokus pada memastikan bahwa aktivitas bisnis dapat mencapai tujuannya secara ekonomis, yang diukur melalui profit. Tugas manajemen keuangan meliputi merencanakan sumber pembiayaan bisnis dan menentukan cara yang tepat untuk mengalokasikan modal yang diperoleh dalam kegiatan bisnis yang dijalankan.

5) Manajemen Informasi

Manajemen Informasi adalah kegiatan manajemen yang berusaha memastikan bahwa aktivitas bisnis dapat bertahan dalam jangka panjang. Untuk mencapai hal ini, manajemen informasi bertugas menyediakan semua informasi yang relevan, baik internal maupun eksternal, yang dapat membantu bisnis beradaptasi dengan perubahan di masyarakat. Penggunaan teknologi informasi, seperti komputer, televisi, dan radio, mempermudah manajemen informasi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan penyediaan informasi bisnis yang diperlukan seiring waktu.⁴³

⁴³ Fauzan Nafis et al., "Sistem Informasi Manajemen Untuk Mengoptimalkan Proses Bisnis" 3, no. 1 (2025).

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

- H1 : Modal Sosial berpengaruh terhadap Ketahanan Wirausaha
- H2 : Manajemen Bisnis berpengaruh terhadap Ketahanan Wirausaha
- H3 : Modal Sosial berpengaruh terhadap Etika Bisnis
- H4 : Modal Sosial berpengaruh terhadap Inovasi Bisnis
- H5 : Inovasi Bisnis berpengaruh terhadap Ketahanan Wirausaha
- H6 : Etika Bisnis berpengaruh terhadap Manajemen Bisnis
- H7 : Etika Bisni berpengaruh terhadap Ketahanan Wirausaha
- H8 : Manajemen Bisnis berpengaruh terhadap Inovasi Bisnis
- H9 : Modal Sosial berpengaruh terhadap Manajemen Bisnis

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dimana penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan dan pengaruh antar variabel yang membentuk ketahanan wirausaha muda. Studi ini secara khusus menyelidiki bagaimana variabel bebas (modal sosial, etika bisnis, manajemen bisnis, dan inovasi bisnis) memengaruhi variabel terikat (ketahanan wirausaha) secara langsung dan tidak langsung. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menguji secara bersamaan hubungan yang kompleks dalam satu model. Ini termasuk variabel yang tidak disebutkan dalam judul penelitian tetapi berkontribusi pada model konseptual.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan se-indonesia yang berfokus pada wirausaha muda di berbagai sektor usaha. Waktu penelitian akan diperkirakan mulai dari bulan Mei hingga Juli 2025

C. Defenisi Operasional Variabel

Untuk mengetahui dengan jelas arah dan tujuan dari pembahasan penelitian, maka diberikan definisi dan batasan operasional sebagai berikut.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1 Modal Sosial	Sejauh mana wirausaha muda memiliki jaringan sosial, kepercayaan, dan norma yang mendukung bisnisnya.	a. Kepercayaan b. Jaringan sosial c. Partisipasi Sosial d. Nilai bersama ⁴⁴
2 Etika Bisnis	Prinsip moral dan standar perilaku dalam menjalankan usaha yang dianut oleh wirausaha muda.	a. Kejujuran b. Tanggung jawab c. Keadilan d. Kepatuhan terhadap aturan ⁴⁵
3 Manajemen Bisnis	Kemampuan wirausaha muda dalam merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, dan mengendalikan usahanya.	a. Perencanaan usaha b. Pengorganisasian c. Pengambilan keputusan d. Pengawasan

⁴⁴ Alfian Miko Replita, Ali Hardana, Nursyirwan Effendi, Taufika Ophiyandri, "Pengaruh Modal Insani Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja UKM Kota Padangsidimpuan" 4, no. 2 (2025): 3425–43.

⁴⁵ Rindang Adrai and Didin Hikmah Perkasa, "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani* 6, no. 2 (2024): 68–85, <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i2.950>.

No Variabel	Definisi Operasional	Indikator
4	Inovasi Bisnis Kemampuan wirausaha muda untuk menciptakan ide atau metode baru dalam menjalankan usahanya.	a. Pengembangan produk/jasa b. Penggunaan teknologi c. Kreativitas dalam strategi bisnis
5	Ketahanan Wirausaha Kemampuan wirausaha muda dalam menghadapi tantangan, bangkit dari kegagalan, dan mempertahankan usahanya.	a. Kemampuan bertahan dalam krisis b. Adaptabilitas c. Semangat pantang menyerah d. Ketekunan

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari guna menarik kesimpulan⁴⁶. Populasi dalam penelitian ini adalah wirausaha muda yang ada di Indonesia yang jumlahnya tidak diketahui. Kemudian, sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih menggunakan metode sampling tertentu⁴⁷. Karena jumlah

⁴⁶ Nidia Suriani, Risnita, and M. Syahran Jailani, "Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan," *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36, <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>.

⁴⁷ B T S Terhadap et al., "Pengaruh Iklan Instagram @ Calvinklein Dan Brand Ambassador Jung Kook" 11, no. 6 (2024): 6888–6900.

populasi yang tidak diketahui, teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu aksidental sampling. Teknik ini menggunakan konsep siapapun yang ditemui yang memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai sampel. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah Wirausaha Muda yang ada di Indonesia.

Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil cukup representatif meskipun populasi yang diteliti tidak dapat dihitung secara pasti. Rumus ini dapat memberikan ukuran sampel yang optimal untuk memperoleh hasil yang valid dan dapat dipercaya, penjabaran rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 1 - p \frac{a}{z} (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

N: jumlah sampel

Z: skor Z pada kepercayaan 95% = 1,9

P: maksimal estimasi = 0,5

D: tingkat kesalahan atau sampling eror 8% = 0,08

Sehingga

$$n = \frac{z^2 1 - p \frac{a}{z} (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5(1 - 0.5)}{0.08^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0064}$$

$$n = 150 \text{ Responden.}$$

Hasil perhitungan di atas mencerminkan jumlah sampel dalam penelitian ini, yaitu berjumlah 150 responden. Untuk mendapatkan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang ditemui dan memenuhi kriteria sebagai wirausaha muda pada saat pengumpulan data dilakukan. Adapun responden dengan kriteria sebagai wirausaha muda di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha yang aktif menjalankan bisnis pada sektor ekonomi yang berbeda-beda, seperti perdagangan, jasa, kuliner, industri kreatif, dan usaha berbasis teknologi. Hal ini karena keberagaman sektor usaha tersebut memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana modal sosial, etika bisnis, inovasi bisnis, serta manajemen bisnis diterapkan oleh wirausaha muda pada konteks bisnis yang bervariasi.
2. Pelaku usaha yang sedang berada pada fase pengembangan bisnis dan adaptasi terhadap dinamika pasar. Hal ini selaras dengan tujuan penelitian yang berfokus untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap ketahanan wirausaha muda dalam menghadapi tantangan ekonomi yang kompleks. Responden ini ditandai dengan pelaku usaha yang menginjak usia 2 tahun atau lebih. Hal ini karena pelaku usaha tidak lagi sekadar mencoba ide, tetapi mulai menghadapi realita operasional yang sesungguhnya. Secara psikologis dan

manajerial, masa 2 tahun adalah waktu adaptasi terhadap dinamika pasar yang lebih keras.

E. Instrumen Penelitian

Dalam pembuatan instrumen penelitian, skala Likert sering digunakan dalam penelitian kuantitatif karena memungkinkan peneliti untuk menentukan tingkat kesepakatan atau ketidaksetujuan responden terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan skala bertingkat, seperti "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju".

Semua responden akan diberi skor berdasarkan salah satu opsi berikut:

Sangat Setuju	: 4
Setuju	: 3
Cukup Setuju	: 2
Tidak Setuju	: 1

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran angket atau kuesioner kepada wirausaha muda Indonesia. Karena angket atau kuesioner adalah alat yang efektif untuk mengumpulkan data yang objektif dan sesuai dengan kebutuhan penelitian⁴⁸

⁴⁸ Fasiha and Samsul Naidin Syamsudin, Erwin, Muhammad Nur Alam Muhajir, Muh. Abdi Imam, Muhammad Rusli, *Algoritma Publikasi: Panduan Inovatif Menulis Artikel Ilmiah Berkualitas*, 1st ed. (Indramayu: PT Adam Indonesia, 2025).

G. Teknik Analisis Data

Adapun tahapan analisis data penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator dalam penelitian mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Validitas diuji menggunakan *outher loading*, yang mengevaluasi kontribusi masing-masing indikator terhadap variabel laten.⁴⁹ Nilai outer loading $\geq 0,7$ menunjukkan bahwa indikator cukup kuat dalam mengukur konstruk. Selain itu, validitas diuji dengan *Average Variance Extracted (AVE)*, yang menunjukkan sejauh mana variabel laten mampu menjelaskan varians indikatornya, dengan nilai minimum 0,50 agar dianggap valid.⁵⁰ Untuk validitas diskriminan, dilakukan *cross loading*, yaitu membandingkan korelasi antara indikator dan konstraknya dengan konstruk lain. Jika indikator memiliki loading yang lebih tinggi pada konstraknya dibandingkan dengan konstruk lain, maka validitas diskriminannya terpenuhi.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu instrument penelitian dapat menghasilkan data yang konsisten dan stabil dalam mengukur variabel laten. Terdapat dua metode utama yang digunakan dalam pengujian

⁴⁹ Elisyse Lumuly et al., "Pengaruh Implementasi Dan Efektivitas Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (Sipd), Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintahan Kota Ambon (Studi Empiris Pada Organisasi Perangkat Daerah (Opd) Kota Ambon)" 6, no. 2 (2024): 147–59, <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/1055>.

⁵⁰ Elly Sudarti et al., "PAMPAS : Journal Of Criminal Law Volume 6 Nomor 1 , Tahun 2025 Uji Model Pengukuran Radikalisme Studi Implementasi Terhadap Mahasiswa Penting Amerika Serikat , Yaitu Pentagon Dan World Trade Centre , Pada 11 September Mengarah Pada Perbuatan Anti Sosi" 6 (2025): 446–58.

reliabilitas, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR). Cronbach's Alpha berfungsi untuk menilai konsistensi internal antara indikator dalam suatu konstruk. Sebuah konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,7, sedangkan jika nilainya berada dibawah 0,7, maka kemungkinan indikator dalam konstruk tersebut kurang konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti. Sementara itu, Composite Reliability (CR) dianggap lebih akurat dibandingkan Cronbach's Alpha karena mempertimbangkan faktor loading dari masing-masing indikator dalam konstruk. Nilai CR yang ideal adalah lebih dari 0,7, tetapi dalam penelitian eksploratif, nilai antara 0,6 hingga 0,7 masih dapat diterima. Pengujian reliabilitas sangat penting dilakukan karena tanpa instrument yang reliable, hasil penelitian dapat bervariasi dan sulit untuk dipercaya. Meskipun suatu instrument telah memenuhi kriteria validitas, jika tidak reliable, maka data yang diperoleh tetap tidak sepenuhnya dapat diandalkan. Oleh karena itu, uji reliabilitas menjadi tahap yang sangat penting dalam penelitian untuk memastikan bahwa instrument yang digunakan mampu memberikan hasil yang konsisten, sehingga kesimpulan yang diperoleh lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

2. Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antara indikator dengan variabel laten. Model ini memastikan bahwa setiap indikator valid dan reliabel dalam mengukur variabel yang diteliti. Jika *outer loading* suatu indikator kurang dari 0.70, maka indikator tersebut dapat dieliminasi untuk meningkatkan validitas model secara keseluruhan.

3. Analisis Model Struktural (Inner Model)

Setelah model pengukuran (outer model) diuji untuk memastikan bahwa instrument penelitian valid dan reliable, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi terhadap model struktural (inner model). Evaluasi inner model bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen serta menilai kekuatan hubungan antar variabel dalam model yang dikembangkan.

Dalam penelitian ini, evaluasi inner model dilakukan melalui beberapa metode utama. Pertama, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam model. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kedua, nilai f^2 (effect size) digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model. Dengan melakukan evaluasi model struktural, peneliti dapat memastikan bahwa hubungan antar variabel dalam penelitian sesuai dengan hipotesis yang diajukan serta memperoleh informasi yang akurat mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Setelah analisis model struktural, langkah berikutnya dalam SEM-PLS adalah pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel dalam model penelitian signifikan atau tidak. Metode yang digunakan adalah *Bootstrapping* dengan 5000 sampel ulang untuk menghasilkan nilai t-statistik dan p-value. Hipotesis diterima jika t-statistik > 1.96 dan p-value < 0.05 , yang berarti hubungan antar variabel signifikan. Jika t-statistik < 1.96 dan p-value > 0.05 , maka hipotesis ditolak dan hubungan antar variabel tidak signifikan.

Melalui tahapan analisis tersebut, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang memiliki tingkat validitas dan reliabilitas tinggi dalam menjelaskan keterkaitan antara Modal Sosial, Etika Bisnis, Inovasi Bisnis, Manajemen Bisnis, serta Ketahanan Wirausaha Muda di Indonesia



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini mencakup wilayah Indonesia secara nasional dengan fokus pada wirausaha muda yang bergerak di berbagai sektor usaha. Cakupan geografis yang luas ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi wirausaha muda di Indonesia, mengingat setiap daerah memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya yang berbeda. Penelitian nasional ini memungkinkan peneliti untuk menangkap variasi pola perilaku usaha, tingkat akses terhadap sumber daya bisnis, serta dinamika jaringan sosial yang dimiliki oleh para pelaku usaha muda. Selain itu, pendekatan lokasi yang luas juga memberikan peluang untuk memperoleh data yang lebih representatif, mengingat populasi wirausaha muda di Indonesia tidak memiliki jumlah yang pasti dan tersebar di berbagai wilayah sebagaimana disebutkan dalam file penelitian.

Penelitian yang dilakukan secara nasional ini turut mempertimbangkan keragaman jenis usaha yang dijalankan oleh wirausaha muda, seperti sektor perdagangan, jasa, kuliner, industri kreatif, dan usaha berbasis teknologi. Keberagaman tersebut memungkinkan penelitian ini menggambarkan bagaimana modal sosial, etika bisnis, inovasi bisnis, serta manajemen bisnis diterapkan pada konteks yang berbeda-beda secara geografis dan sektoral. Penelitian lintas wilayah ini juga relevan dengan kondisi perekonomian Indonesia yang terus berkembang, di mana wirausaha muda memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan

ekonomi daerah maupun nasional.

Waktu penelitian dilaksanakan pada Mei hingga Juli 2025, sebagaimana tercantum dalam dokumen. Periode ini dipilih karena bertepatan dengan fase stabilisasi ekonomi nasional pascapandemi serta masa transisi pertumbuhan sektor UMKM menuju digitalisasi yang lebih intensif. Pada periode ini, banyak wirausaha muda mulai menunjukkan adaptasi yang kuat terhadap perubahan pasar, peningkatan penggunaan teknologi, dan pergeseran strategi bisnis. Dengan demikian, waktu pelaksanaan tersebut relevan untuk menangkap kondisi aktual mengenai ketahanan wirausaha muda, khususnya dalam menghadapi tantangan kompetitif dan dinamika ekonomi yang terus berkembang.

2. Gambaran Umum Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah wirausaha muda dengan Jumlah 150 responden yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Pemilihan responden dilakukan melalui teknik *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang ditemui dan memenuhi kriteria sebagai wirausaha muda pada saat pengumpulan data dilakukan. Penggunaan teknik ini didasarkan pada kondisi populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, mengingat wirausaha muda di Indonesia tersebar secara luas dan bergerak dalam berbagai sektor usaha. Oleh karena itu, pendekatan ini dianggap tepat untuk mendapatkan representasi yang memadai terkait keberagaman karakteristik wirausaha muda di Indonesia, baik dari sisi jenis usaha, lama menjalankan usaha, latar belakang pendidikan, maupun tingkat pengalaman dalam berwirausaha.

Responden yang terlibat dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha yang aktif menjalankan bisnis pada sektor ekonomi yang berbeda-beda, seperti perdagangan, jasa, kuliner, industri kreatif, dan usaha berbasis teknologi. Keberagaman sektor usaha tersebut memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana modal sosial, etika bisnis, inovasi bisnis, serta manajemen bisnis diterapkan oleh wirausaha muda pada konteks bisnis yang bervariasi. Selain itu, responden juga memiliki karakteristik umum sebagai pelaku usaha yang sedang berada pada fase pengembangan bisnis dan adaptasi terhadap dinamika pasar. Hal ini selaras dengan tujuan penelitian yang berfokus untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap ketahanan wirausaha muda dalam menghadapi tantangan ekonomi yang kompleks.

Berdasarkan perhitungan ukuran sampel menggunakan Rumus Lemeshow, penelitian ini memperoleh jumlah responden yang dianggap representatif untuk mengukur hubungan antarvariabel yang diteliti, meskipun populasi wirausaha muda secara keseluruhan tidak dapat dihitung secara pasti. Penggunaan rumus tersebut memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki validitas dan kekuatan statistik yang memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Dengan demikian, responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini tidak hanya mencerminkan keragaman profil wirausaha muda di Indonesia, namun juga memberikan kontribusi penting bagi pemahaman empiris mengenai bagaimana ketahanan wirausaha terbentuk dari aspek modal sosial, etika bisnis, inovasi bisnis, dan manajemen bisnis.

3. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Wirausaha Muda yang ada di Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Adapun data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

a. Jenis kelamin

Tabel 4.1 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	34	22,7%
Perempuan	116	77,3%
Total	150	100%

Sumber: Data primer 2025

Berdasarkan data dalam tabel 4.1, terlihat bahwa mayoritas reponden adalah perempuan sebanyak 116 orang (77,3%), sedangkan laki-laki berjumlah 34 orang (22,7%). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam penelitian ini lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

b. Usia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia responden bervariasi, dengan rincian sebagai berikut:

Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Jumlah responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
18-25 Tahun	111	74%
26-35 Tahun	35	23,3%
36-40 Tahun	4	2,7%
Total	150	100%

Sumber: Data primer 2025

Berdasarkan data dalam tabel 4.2, diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia 18–25 tahun, yaitu sebanyak 111 orang (74%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa data penelitian didominasi oleh wirausaha muda yang berada pada tahap awal produktivitas. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang berusia di atas 26 tahun, sehingga mencerminkan rendahnya partisipasi dari kelompok usia yang lebih matang. Secara keseluruhan, komposisi usia tersebut menegaskan bahwa penelitian ini relevan untuk menggambarkan kondisi ketahanan wirausaha muda di Indonesia.

c. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
Perguruan Tinggi	81	54%
SMA/SMK	69	46%
Total	150	100%

Sumber: Data Premier 2025

Berdasarkan data dalam tabel 4.3, menunjukkan bahwa data distribusi pendidikan terakhir, diketahui hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kualifikasi Perguruan Tinggi, yaitu sebanyak 81 orang (54%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa data penelitian didominasi oleh responden dengan tingkat edukasi yang tinggi. Sementara itu, responden dengan pendidikan terakhir setingkat SMA/SMK juga memiliki proporsi yang sangat signifikan, yaitu sebanyak 69 orang (46%). Persentase yang mendekati 50% ini mencerminkan representasi yang kuat dari kelompok lulusan pendidikan menengah atas dalam sampel.

d. Domisili

Tabel 4.4 Jumlah responden berdasarkan domisili

Domisili	Jumlah	Persentase
Jawa	51	34%
Sulawesi	48	32%
Sumatera	20	13,3%
Kalimantan	16	10,6%
Papua	10	6,6%
Nusa Tenggara	3	2%
Maluku	2	1,3%
Total	150	100%

Sumber: Data primer 2025

Berdasarkan data dalam tabel 4.4, terlihat bahwa responden dalam penelitian ini tersebar di berbagai wilayah Indonesia, dengan dominasi terbesar

berasal dari Pulau Jawa sebanyak 51 orang. Hal ini menunjukkan bahwa Jawa, sebagai pusat kegiatan ekonomi dan bisnis nasional, memiliki konsentrasi wirausaha muda yang tinggi berkat dukungan infrastruktur, teknologi, dan aksesibilitas yang lebih memadai. Jumlah responden terbanyak kedua berasal dari Sulawesi sebanyak 48 orang, yang menandakan bahwa aktivitas kewirausahaan di wilayah ini cukup aktif dan beragam, serta memberikan representasi penting bagi dinamika wirausaha muda di luar Pulau Jawa.

Selanjutnya, partisipasi dari Sumatera sebanyak 20 orang dan Kalimantan sebanyak 16 orang mencerminkan keterlibatan moderat dari wilayah-wilayah ini, yang memiliki karakteristik geografis dan demografis berbeda namun tetap menunjukkan perkembangan usaha yang signifikan. Sementara itu, Papua berkontribusi 10 responden, menggambarkan adanya partisipasi dari wilayah timur Indonesia meskipun tantangan geografis relatif lebih besar. Partisipasi terendah berasal dari Nusa Tenggara (3 orang) dan Maluku (2 orang), yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor keterbatasan akses, jumlah penduduk yang lebih kecil, atau persebaran wirausaha muda yang tidak merata.

Secara keseluruhan, distribusi domisili responden ini menunjukkan bahwa penelitian mencakup representasi yang luas dari berbagai wilayah Indonesia. Meskipun jumlah responden tidak merata, keberagaman wilayah tersebut memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi ketahanan wirausaha muda di Indonesia, serta menunjukkan bahwa perkembangan kewirausahaan tidak hanya terpusat di daerah dengan aktivitas ekonomi tinggi, tetapi juga terjadi pada wilayah lain dengan ciri sosial-ekonomi yang beragam.

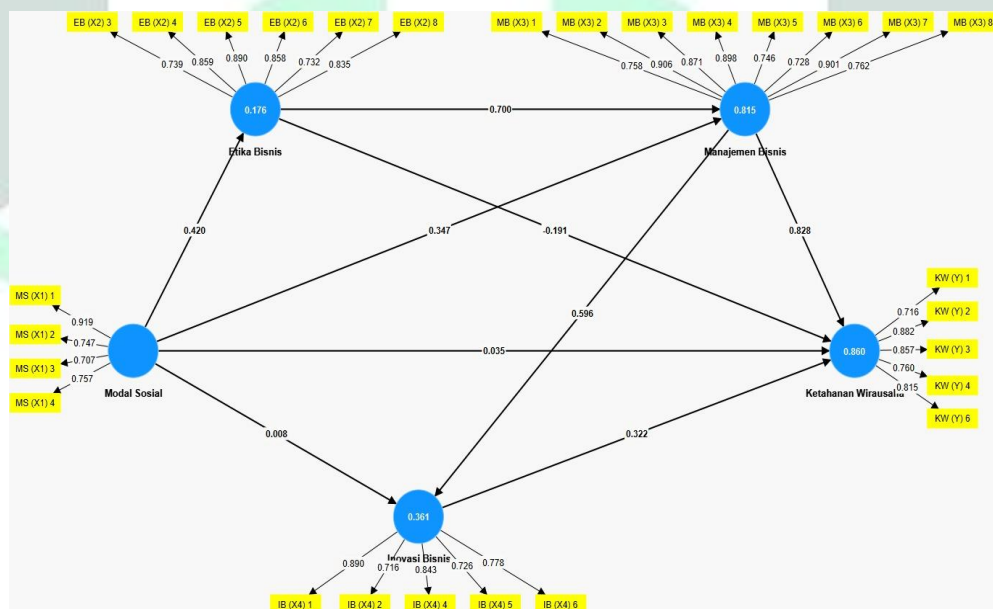
B. Hasil Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Struktural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS), dimana penelitian ini melibatkan pengujian validitas dan reabilitas terhadap setiap indikator variabel yang diteliti. adapun hasil analisis datanya ialah sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

a. *Convergent validity*

Validitas konvergen adalah model evaluasi yang menggunakan refleksi indikator. Ini menilai hubungan antara skor item atau indikator dan skor konstruknya. Suatu item atau indikator dianggap reliabel jika korelasinya lebih dari 0.70. Namun, item dapat dipertimbangkan asalkan nilai AVE nya tetap di atas 0,5.



Gambar 4.1 *Outer Model* Variabel Modal Sosial, Etika Bisnis, Inovasi Bisnis, Manajemen Bisnis dan Ketahanan Wirausaha

Berdasarkan Gambar 4.1 yang menampilkan model spesifikasi setiap variabel beserta indikator-indikatornya, dapat diketahui nilai outer loading masing-masing indikator. Nilai outer loading tersebut menggambarkan kontribusi setiap indikator terhadap variabel yang diwakilinya, dan disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Uji Nilai Outer Loading

Variabel	Item	AVE	Outer Loading	Keterangan
Modal Sosial	Saya yakin rekan usaha bersikap jujur dan transparan dalam bekerja sama	0.619	0.919	Valid
	Saya percaya dukungan dari jaringan bisnis akan membantu saya ketika menghadapi kesulitan		0.747	Valid
	Saya memiliki relasi yang luas dengan sesama wirausaha maupun pihak pendukung usaha		0.707	Valid
	Saya aktif menjalin komunikasi dan bertukar informasi dengan jejaring bisnis saya		0.757	Valid
Etika Bisnis	Saya bertanggung jawab terhadap kualitas produk atau jasa yang saya tawarkan	0.674	0.739	Valid
	Saya siap menanggung risiko dan konsekuensi dari keputusan bisnis yang saya ambil		0.859	Valid
	Saya memberikan pelayanan yang		0.890	Valid

	sama kepada seluruh pelanggan tanpa membedakan			
	Saya memperlakukan karyawan dan rekan kerja secara adil sesuai dengan kontribusinya		0.858	Valid
	Saya mematuhi peraturan hukum yang berlaku dalam menjalankan usaha		0.732	Valid
	Saya menjalankan usaha sesuai dengan aturan dan standar yang ditetapkan oleh pemerintah maupun asosiasi bisnis		0.835	Valid
Manajemen Bisnis	Saya menyusun rencana usaha sebelum memulai atau mengembangkan bisnis	0.680	0.758	Valid
	Saya menetapkan target dan strategi yang jelas untuk mencapai tujuan usaha		0.906	Valid
	Saya membagi tugas dan tanggung jawab secara jelas dalam usaha yang saya jalankan		0.871	Valid
	Saya berusaha menciptakan koordinasi yang baik antara anggota tim atau karyawan		0.898	Valid
	Saya mempertimbangkan berbagai alternatif		0.746	Valid

	sebelum mengambil keputusan bisnis			
	Saya melibatkan pihak terkait (tim, mitra, atau konsultan) dalam proses pengambilan keputusan penting		0.728	Valid
	Saya melakukan evaluasi secara berkala terhadap jalannya usaha		0.901	Valid
	Saya segera melakukan perbaikan apabila ditemukan kekurangan dalam pelaksanaan usaha		0.762	Valid
Inovasi Bisnis	Saya secara rutin melakukan perbaikan atau penyempurnaan terhadap produk/jasa yang saya tawarkan	0.630	0.890	Valid
	Saya menyesuaikan produk/jasa dengan kebutuhan dan selera pelanggan		0.716	Valid
	Saya menggunakan platform digital untuk memperluas pemasaran usaha		0.843	Valid
	Saya merancang strategi pemasaran yang unik untuk menarik pelanggan		0.726	Valid
	Saya mencari cara-cara baru dalam mengelola usaha agar lebih efisien		0.778	Valid
Ketahanan Wirausaha	Saya tetap berusaha menjalankan bisnis meskipun	0.653	0.716	Valid

	menghadapi situasi sulit			
	Saya mencari berbagai cara untuk menjaga kelangsungan usaha ketika menghadapi tantangan besar		0.882	Valid
	Saya dapat menyesuaikan strategi bisnis sesuai dengan perubahan kondisi pasar		0.857	Valid
	Saya mampu mengubah rencana usaha ketika menghadapi perubahan lingkungan bisnis		0.760	Valid
	Saya percaya bahwa setiap kegagalan adalah peluang untuk belajar dan berkembang		0.815	Valid

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan Tabel 4.5 menggambarkan temuan analisis pemuatan luar yang digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen model pengukuran dalam kerangka metodologi Partial Least Squares (PLS). Penilaian ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu secara akurat mewakili konstruksi laten yang diwujudkankannya. Indikator dianggap memenuhi kriteria yang valid ketika mencapai nilai pemuatan luar $\geq 0,70$. Menurut hasil yang disajikan, semua indikator yang terkait dengan variabel Modal Soal, Etika Bisnis, Manajemen Bisnis, Inovasi Bisnis, dan Ketahanan Wirausaha menunjukkan nilai pemuatan luar mulai dari 0,70 hingga 0,919. Pengamatan ini menandakan bahwa setiap item pernyataan memiliki

kekuatan penjelasan yang memadai mengenai variabel laten yang dimaksud. Selanjutnya, nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel melebihi 0,60, sehingga memvalidasi bahwa indikator telah mencapai validitas konvergen yang memuaskan. Akibatnya, model pengukuran keseluruhan dalam penyelidikan ini dianggap valid dan dengan demikian siap untuk maju ke fase analisis struktural berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Selanjutnya, untuk menguji reliabilitas, digunakan dua ukuran utama yaitu nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,6 dan nilai *Composite Reliability* lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah menunjukkan tingkat konsistensi yang memadai dalam mengukur variabel yang dimaksud.

Tabel 4.6 Pengujian reliabilitas

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	keterangan
Modal Sosial	0.796	0.907	0.866	Reliabel
Etika Bisnis	0.902	0.877	0.925	Reliabel
Manajemen Bisnis	0.931	0.880	0.944	Reliabel
Inovasi Bisnis	0.855	0.934	0.894	Reliabel
Ketahanan Wirausaha	0.866	0.832	0.904	Reliabel

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4, 2025

Hasil pada Tabel 4.6 menampilkan hasil uji reliabilitas untuk variabel Modal Sosial, Etika Bisnis, Manajemen Bisnis, Inovasi Bisnis, dan Ketahanan Wirausaha

berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)*. Seluruh variabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* antara (0,796) hingga (0,931) serta CR antara (0,866) hingga (0,944), yang semuanya berada di atas standar minimum yang dipersyaratkan, sehingga menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki konsistensi internal yang memadai dalam menggambarkan konstraknya. Variabel Manajemen Bisnis (MB) memperoleh nilai reliabilitas tertinggi, menandakan stabilitas pengukuran yang sangat baik, sedangkan Modal Sosial (MS) memiliki nilai paling rendah namun tetap memenuhi kriteria kelayakan reliabilitas. Secara keseluruhan, hasil ini mengonfirmasi bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian telah memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat digunakan pada tahap analisis model struktural selanjutnya.

2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antar konstruk (variabel laten) dalam model penelitian signifikan dan memiliki kekuatan pengaruh yang memadai. Evaluasi ini penting untuk menguji hipotesis yang telah diajukan serta untuk melihat seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Beberapa indikator yang digunakan dalam tahap ini antara lain adalah nilai *R-square* untuk mengukur daya jelas konstruk endogen, *f-square* untuk menilai besarnya efek masing-masing konstruk terhadap konstruk lain, dan SRMR sebagai indikator kelayakan model secara keseluruhan. Selain itu, pengujian *path coefficient* melalui analisis bootstrapping digunakan untuk mengukur signifikansi hubungan antar variabel, berdasarkan nilai t-statistik dan *p-value*.

a. Uji Coefficient of Determination (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai *R-Square* berkisar antara 0 hingga 1, semakin tinggi nilainya, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. *R-Square* dengan nilai di atas 0,75 menunjukkan tingkat pengaruh yang kuat, nilai antara 0,50 hingga 0,74 menunjukkan pengaruh sedang, sedangkan nilai antara 0,25 hingga 0,49 mengindikasikan pengaruh yang lemah.

Tabel 4.7 Nilai R-Square

Variabel	R-Square	R-Square <i>Adjusted</i>
Etika Bisnis	0.176	0.167
Manajemen Bisnis	0.815	0.811
Inovasi Bisnis	0.361	0.347
Ketahanan Wirausaha	0.860	0.854

Sumber: Pengolahan data dengan *SmartPLS* (2025)

Selanjutnya, nilai *R-Square* pada Inovasi Bisnis sebesar 0,361 mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan 36,1% variasi inovasi, yang termasuk kategori sedang. Adapun Ketahanan Wirausaha memiliki nilai *R-Square* tertinggi, yaitu 0,860, yang menunjukkan bahwa 86% variabilitasnya dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan prediksi model terhadap ketahanan wirausaha sangat kuat.

b. Uji F-square

Ukuran *f-square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dalam model struktural. Jika *R-square* menggambarkan besarnya pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen, maka *f-square* fokus pada kontribusi setiap variabel independen secara terpisah. Dalam pengujian pengaruh langsung antar variabel, nilai *f-square* diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu: 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar.

Tabel 4.8 Nilai F-Square

	Modal Sosial	Etika Bisnis	Manajemen Bisnis	Inovasi Bisnis	Ketahanan wirausaha
Modal Sosial		0.214			
Etika Bisnis			2.178		0.067
Manajemen Bisnis				0.327	0.801
Inovasi Bisnis					0.473
Ketahanan Wirausaha					

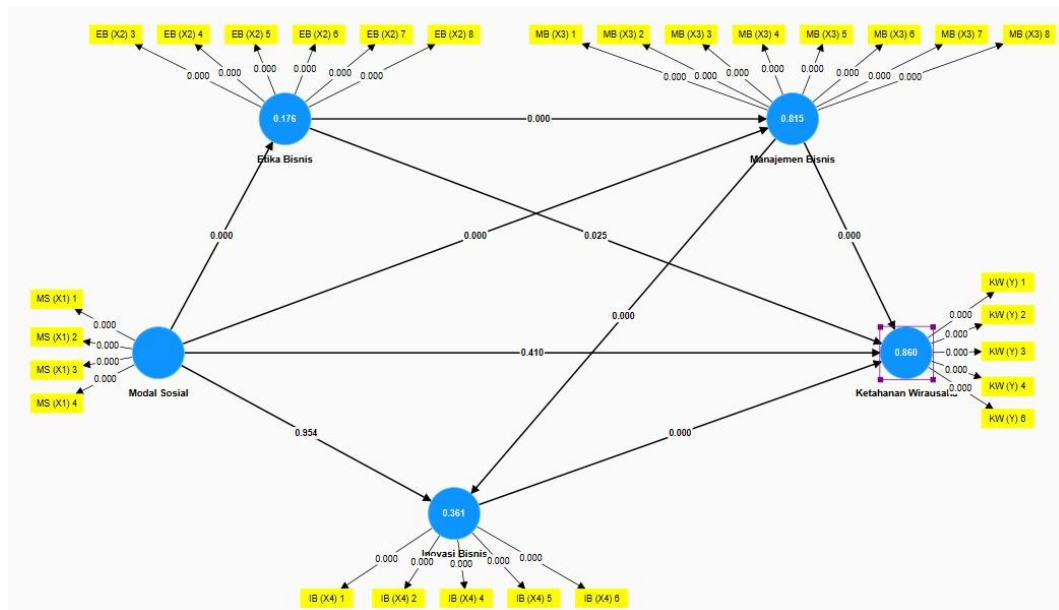
Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil analisis Menunjukkan Nilai *f-square* untuk pengaruh Modal Sosial berada pada angka 0,214, yang mengindikasikan bahwa variabel ini memberikan efek sedang terhadap variabel Etika Bisnis. Selanjutnya, Etika Bisnis menunjukkan nilai *f-square* sebesar 2,178, yang termasuk kategori pengaruh sangat besar dan menegaskan bahwa Etika Bisnis memiliki kontribusi dominan dalam meningkatkan perubahan pada konstruk yang menjadi tujuannya. Variabel Manajemen Bisnis memiliki

dua nilai f-square yang relevan, yaitu 0,327 dan 0,801, masing-masing berada pada kategori pengaruh sedang menuju kuat, serta kategori pengaruh sangat besar. Hal ini menggambarkan bahwa Manajemen Bisnis memainkan peran penting dalam mendukung perkembangan variabel lain dalam model. Selain itu, Inovasi Bisnis memperoleh nilai f-square sebesar 0,473, yang mencerminkan adanya pengaruh besar terhadap variabel Ketahanan Wirausaha. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar variabel independen dalam penelitian memberikan dampak yang signifikan, baik dalam kategori sedang maupun besar, sehingga model memiliki kekuatan prediktif yang kuat dalam menjelaskan hubungan antarvariabel.

3. Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kriteria nilai t-statistik harus lebih besar dari t-tabel, yaitu 1,984, atau p-value harus kurang dari 0,05 agar dapat dinyatakan signifikan. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat pengaruh langsung (*direct effect*) maupun pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) antar variabel dalam model penelitian.



Gambar 4.2 Total Effects P-Value

a. Pengujian secara langsung (*direct effect*)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung antar variabel dalam model, dapat dilihat melalui hasil analisis *path coefficient* yang ditampilkan berikut ini:

Tabel 4.9 Path Coeficient / Koefisien Jalur

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standar deviation (STDEV)</i>	<i>T statistic (O/STDEV)</i>	<i>P-Value</i>
Modal Sosial > Ketahanan Wirausaha	0.035	0.039	0.042	0.824	0.410
Manajemen Bisnis > Ketahanan Wirausaha	0.828	0.802	0.097	8.531	0.000
Modal Sosial > Etika Bisnis	0.420	0.425	0.098	4.295	0.000

Modal Sosial > Inovasi Bisnis	0.008	0.024	0.129	0.058	0.954
Inovasi Bisnis > Ketahanan Wirausaha	0.322	0.329	0.041	7.854	0.000
Etika Bisnis > Manajemen Bisnis	0.700	0.703	0.044	15.776	0.000
Etika Bisnis > Ketahanan Wirausaha	-0.191	-0.173	0.085	2.245	0.025
Manajemen Bisnis > Inovasi Bisnis	0.596	0.591	0.122	4.868	0.000
Modal Sosial > Manajemen Bisnis	0.347	0.346	0.053	6.572	0.000

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.9 hasil uji pengaruh langsung (direct effect) menunjukkan bahwa seluruh hubungan antar variabel dalam model dinyatakan signifikan, karena memiliki nilai t-statistik > 1,984 dan p-value < 0,05.

- 1) modal sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap ketahanan wirausaha. Hal ini terlihat dari nilai koefisien sebesar 0,035 dengan nilai t-statistik sebesar 0,824 serta P-value 0,410, yang berada jauh di atas batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa modal sosial tidak memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan ketahanan wirausaha.
- 2) Pengaruh Manajemen Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha menunjukkan hasil yang sangat kuat dengan koefisien 0,828, nilai t-statistik sebesar 8,531,

serta P-Value 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan pengelolaan bisnis yang baik, mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian usaha, berperan signifikan dalam meningkatkan ketahanan wirausaha. Artinya, semakin baik manajemen bisnis yang dimiliki pelaku usaha, semakin tinggi pula kemampuan mereka untuk bertahan dan menghadapi dinamika usaha.

- 3) Modal Sosial terhadap Etika Bisnis diperoleh dengan koefisien 0,420, nilai T 4,295, dan nilai signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa modal sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan etika bisnis pelaku usaha. Hal ini berarti jaringan sosial yang kuat mampu menumbuhkan nilai-nilai moral, integritas, serta perilaku etis dalam aktivitas bisnis.
- 4) Sementara itu, hubungan Modal Sosial terhadap Inovasi Bisnis menunjukkan koefisien yang sangat rendah, yakni 0,008 dengan nilai T 0,058 dan P-Value 0,954. Temuan ini mengindikasikan bahwa modal sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi bisnis. Dengan demikian, koneksi sosial dan hubungan antarindividu tidak terbukti berkontribusi langsung terhadap kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan atau mengembangkan inovasi.
- 5) Pengaruh Inovasi Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha menunjukkan hasil positif dan signifikan dengan koefisien 0,322, nilai T 7,854, dan P-Value 0,000. Temuan ini mengandung makna bahwa kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi, baik melalui produk, proses, maupun strategi, memiliki kontribusi nyata dalam memperkuat ketahanan usaha. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat inovasi, semakin tinggi pula kemampuan pelaku usaha dalam

menghadapi tantangan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis.

- 6) Hubungan Etika Bisnis terhadap Manajemen Bisnis menunjukkan koefisien sebesar 0,700 dengan nilai T 15,776 dan P-Value 0,000. Nilai ini menjelaskan bahwa etika bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen bisnis. Artinya, perilaku bisnis yang etis mendorong praktik manajemen yang lebih efektif, terstruktur, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.
- 7) Pengaruh Etika Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha menunjukkan koefisien negatif sebesar -0,191 dengan nilai T 2,245 dan P-Value 0,025. Meskipun signifikan, hubungan yang negatif ini menandakan bahwa peningkatan etika bisnis justru berpotensi menurunkan ketahanan wirausaha. Kondisi ini dapat terjadi ketika penerapan etika mengharuskan pembatasan tertentu, sehingga mengurangi fleksibilitas pelaku usaha dalam mengambil keputusan strategis di situasi tertentu.
- 8) Hubungan Manajemen Bisnis terhadap Inovasi Bisnis menunjukkan koefisien sebesar 0,596 dengan nilai T 4,868 dan P-Value 0,000. Hasil ini mengonfirmasi bahwa kemampuan manajemen yang baik dapat meningkatkan inovasi bisnis. Dengan pengelolaan yang efektif, pelaku usaha lebih mampu mengalokasikan sumber daya, memanfaatkan peluang, serta mendorong terciptanya ide-ide baru dalam usaha.
- 9) Hubungan Modal Sosial terhadap Manajemen Bisnis ditunjukkan oleh koefisien 0,347, nilai T 6,572, dan P-Value 0,000. Hasil ini menggambarkan bahwa modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas manajemen

bisnis. Jaringan sosial yang kuat dapat memberikan akses informasi, dukungan, dan sumber daya yang pada akhirnya meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih efektif.

Dengan demikian, hasil pengujian menunjukkan bahwa sebagian besar hubungan langsung dalam model penelitian terbukti signifikan secara statistik, sehingga temuan tersebut mendukung hipotesis yang telah dirumuskan.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Modal Sosial terhadap Ketahanan Wirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap ketahanan wirausaha, yang mengindikasikan bahwa keberadaan jaringan sosial, tingkat kepercayaan, dan norma-norma yang dimiliki pelaku usaha belum mampu memberikan kontribusi langsung dalam meningkatkan kemampuan mereka untuk bertahan menghadapi tekanan dan dinamika lingkungan bisnis. Meskipun secara arah hubungan modal sosial menunjukkan pengaruh positif, besarnya pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik. Kondisi ini dapat dijelaskan melalui teori *weak ties* dari Granovetter yang menyatakan bahwa hubungan sosial yang lemah, jarang berinteraksi, atau tidak saling mendukung cenderung tidak menghasilkan manfaat strategis bagi pelaku usaha. Selain itu, pendekatan *Resource-Based View (RBV)* menegaskan bahwa suatu sumber daya hanya dapat meningkatkan keunggulan dan ketahanan usaha apabila bernilai tinggi, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Dengan demikian, modal sosial yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak akan berdampak signifikan terhadap ketahanan wirausaha.

Temuan ini juga selaras dengan teori resiliensi kewirausahaan yang menekankan bahwa kemampuan bertahan dalam usaha lebih bergantung pada kapasitas internal pelaku usaha, seperti kemampuan adaptasi, inovasi, dan pengelolaan bisnis, dibandingkan sekadar kekuatan jaringan sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Mifta Khurrohma, et.al yang menjelaskan bahwa modal sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM⁵¹, serta penelitian Muhammad Alwi Permana dan Budi Harsanto yang menemukan bahwa kualitas modal sosial yang rendah tidak mampu meningkatkan performa maupun keberlanjutan usaha kecil. Ketidaksignifikanan pengaruh tersebut mengindikasikan bahwa jaringan sosial dalam konteks penelitian ini belum berfungsi sebagai sumber daya strategis, sehingga belum mampu memperkuat ketahanan wirausaha secara optimal⁵²

2. Pengaruh Manajemen Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen bisnis memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap ketahanan wirausaha. Meskipun arah hubungan yang ditunjukkan bersifat positif, temuan ini menegaskan bahwa kekuatan pengaruh manajemen bisnis memang dapat dibuktikan secara statistik. Artinya, semakin baik pola pengelolaan bisnis yang dilakukan pelaku usaha meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, serta pengambilan keputusan yang

⁵¹ Mifta Khurrohmah, Yuli Liestyana, and Tri Wahyuningsih, "Social Capital , Knowledge Sharing , Innovation , and Performance of Coffee Producer SMEs in Purworejo , Central Java" 10, no. 3 (2022): 471–82, <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1469>.

⁵² Muhammad Alwi Permana and Budi Harsanto, "JURNAL LOCUS : Penelitian & Pengabdian Pengaruh Kreativitas Produk , Strategi Digital Marketing , Dan Kepatuhan Prinsip Bisnis Syariah Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Delizzi Rendang Siap Saji : Pendekatan Mixed Methods" 4, no. 10 (2025): 9564–82.

semakin kuat pula kemampuan mereka bertahan, menyesuaikan diri, dan mengelola tantangan dalam kegiatan kewirausahaan.

Kondisi ini mencerminkan bahwa manajemen bisnis bukan hanya bertindak sebagai faktor pendukung, tetapi juga sebagai komponen kunci yang mendorong keberlangsungan usaha. Pelaku usaha yang menerapkan praktik manajerial secara lebih sistematis cenderung memiliki ketahanan yang lebih baik dalam menghadapi dinamika pasar, risiko operasional, maupun perubahan lingkungan bisnis. Dengan kata lain, kapasitas manajerial terbukti berperan langsung dalam memperkuat daya tahan wirausaha tanpa memerlukan perantara variabel lain.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Reza Fahlevi Lubis et al., yang menyatakan bahwa kemampuan manajerial yang kuat mendorong ketahanan bisnis yang lebih baik, terutama dalam situasi yang penuh ketidakpastian.⁵³ Temuan yang sama juga disampaikan oleh Lelen Aprilia et al., yang menegaskan bahwa praktik manajemen yang terencana dan terstruktur mampu meningkatkan adaptabilitas serta keberlanjutan usaha.⁵⁴

Hipotesis ini diperkuat oleh teori *Resource-Based View (RBV)*, yang menekankan bahwa sumber daya internal termasuk kapabilitas manajerial menjadi faktor strategis dalam membangun keunggulan kompetitif dan ketahanan usaha. Dalam perspektif teori ini, kemampuan mengelola sumber daya secara efektif merupakan fondasi penting bagi pelaku usaha untuk mempertahankan

⁵³ Reza Fahlevi Lubis et al., "Manajemen Risiko Dalam Ketidakpastian Global : Strategi Dan Praktik Terbaik" 2, no. 03 (2023): 260–71.

⁵⁴ Lelen Aprilia, Dian Putri, and Henny Yustisia, "Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan" 6, no. 2 (2025): 193–203.

keberlangsungan bisnis di tengah tekanan lingkungan eksternal.

3. Pengaruh Modal Sosial terhadap Etika Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap etika bisnis. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat modal sosial yang dimiliki oleh pelaku usaha yang mencakup kepercayaan, jaringan sosial, serta norma-norma yang terbentuk dalam interaksi bisnis maka semakin kuat pula penerapan etika bisnis dalam aktivitas usaha mereka. Kepercayaan dan hubungan yang harmonis antar pelaku bisnis menciptakan iklim kerja yang menekankan integritas, transparansi, dan kepatuhan terhadap aturan. Selain itu, jaringan sosial yang kuat mendorong terbentuknya mekanisme pengawasan sosial yang secara tidak langsung menekan perilaku yang tidak etis dan mempromosikan tindakan yang sesuai dengan standar moral dan profesional.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Didit Darmawan et.al yang menyatakan bahwa Signifikansi pengaruh yang ditemukan juga menggambarkan bahwa modal sosial berfungsi sebagai landasan moral yang memengaruhi cara pelaku usaha mengambil keputusan, terutama yang berkaitan dengan keadilan, tanggung jawab, dan kejujuran.⁵⁵ Norma-norma sosial yang berkembang dalam komunitas bisnis memberikan pedoman perilaku yang dapat memperkuat tindakan etis dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberadaan modal sosial bukan hanya berperan dalam memperluas akses

⁵⁵ Didit Darmawan et al., "Tiga Pilar Sukses : Perilaku Kewirausahaan , Etika Bisnis , Dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis" 3, no. 5 (2022): 185–92, <https://doi.org/10.47065/tin.v3i5.4112>.

informasi atau memperkuat kolaborasi, tetapi juga menjadi faktor yang mendorong internalisasi nilai-nilai etis dalam praktik bisnis sehari-hari. Temuan ini konsisten dengan teori modal sosial yang menekankan bahwa hubungan sosial yang berkualitas mampu membentuk tindakan yang lebih bertanggung jawab dan berorientasi pada nilai moral.

4. Pengaruh Modal Sosial terhadap Inovasi Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap inovasi bisnis. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun peningkatan modal sosial yang mencakup kepercayaan, hubungan sosial, dan jaringan kerja cenderung mendorong terciptanya gagasan baru atau pembaruan dalam proses bisnis, kontribusinya belum cukup kuat untuk menghasilkan perubahan yang signifikan dalam inovasi. Dengan kata lain, keberadaan jaringan sosial dan tingkat kepercayaan yang baik memang memberikan ruang bagi pertukaran informasi, namun belum tentu membuat pelaku usaha terdorong untuk mengimplementasikan ide baru atau melakukan pembaruan dalam produk, proses, maupun strategi bisnis mereka.

Selaras dengan penelitian Syukri Hadi dan Astri Ayu Purwati ketidaksignifikan pengaruh ini dapat menunjukkan bahwa inovasi bisnis tidak hanya bergantung pada modal sosial, tetapi lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kapasitas sumber daya manusia, akses terhadap teknologi, modal finansial, maupun budaya organisasi yang mendukung kreativitas.⁵⁶ Walaupun hubungan sosial dapat

⁵⁶ Syukri Hadi dan Astri Ayu Purwati, "MODAL SOSIAL DAN INOVASI TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM SOCIAL AND INNOVATION CAPITAL ON MSME BUSINESS PERFORMANCE" 4 (2020).

membuka peluang kolaborasi dan memperluas informasi, hal tersebut belum mampu diterjemahkan langsung menjadi praktik inovatif tanpa dukungan kompetensi dan fasilitas yang memadai. Selain itu, bisa jadi informasi yang diperoleh melalui jaringan sosial lebih bersifat umum sehingga tidak memberikan nilai strategis yang cukup untuk mendorong inovasi secara nyata. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa modal sosial berperan sebagai faktor pendukung, namun bukan penentu utama dalam peningkatan inovasi bisnis pada konteks penelitian ini.

5. Pengaruh Inovasi Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan wirausaha. Temuan ini menggambarkan bahwa semakin tinggi kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan pembaruan, baik dalam bentuk pengembangan produk, peningkatan proses produksi, maupun pemanfaatan teknologi, maka semakin kuat pula tingkat ketahanan mereka dalam menghadapi dinamika pasar dan perubahan lingkungan usaha. Inovasi memungkinkan pelaku wirausaha untuk tetap relevan dan kompetitif, sehingga mereka mampu merespons tantangan dengan strategi adaptif yang efektif. Kemampuan untuk terus berinovasi mendorong terciptanya nilai tambah yang berdampak pada peningkatan daya saing, efisiensi, dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Sejalan dengan penelitian yang di lakukan Bramasta Reza Maulana et.al yang menunjukkan bahwa Signifikansi pengaruh tersebut, inovasi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengembangkan usaha, tetapi juga sebagai mekanisme penting

dalam mempertahankan stabilitas bisnis di tengah ketidakpastian.⁵⁷ Wirausaha yang inovatif cenderung lebih fleksibel dalam menyesuaikan diri terhadap kebutuhan konsumen, perubahan teknologi, serta kondisi eksternal lainnya, sehingga mereka lebih mampu bertahan dibandingkan pelaku usaha yang kurang melakukan pembaruan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa inovasi merupakan komponen strategis yang berkontribusi langsung terhadap ketahanan wirausaha, sekaligus menegaskan bahwa keberlanjutan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan dan mengimplementasikan ide-ide baru secara konsisten.

6. Pengaruh Etika Bisnis terhadap Manajemen Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen bisnis. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat penerapan prinsip-prinsip etis dalam aktivitas perusahaan seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, transparansi, serta kepatuhan terhadap aturan maka semakin efektif pula kualitas manajemen bisnis yang dijalankan. Etika bisnis membentuk dasar perilaku yang memengaruhi proses pengambilan keputusan, pola komunikasi, serta integritas organisasi, sehingga menciptakan lingkungan manajerial yang stabil, profesional, dan berorientasi pada keberlanjutan. Ketika pelaku usaha menjunjung nilai-nilai etis, praktik manajerial menjadi lebih tertata, risiko konflik diminimalkan, dan kepercayaan dari karyawan, mitra usaha, maupun pelanggan meningkat.

⁵⁷ Bramasta Reza Maulana, Nia Kurniati Bachtiar, and Faqiatul Mariya Waharini, "Pengaruh Ketahanan Usaha , Kinerja Bisnis , Karakter Wirausaha , Dan Pertumbuhan Usaha Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM Di Jawa Tengah," 2022, 819–32.

Selaras dengan penelitian signifikansi yang dilakukan oleh Najwa Assegaf et.,al pengaruh tersebut juga menunjukkan bahwa etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga menjadi instrumen strategis yang memengaruhi efektivitas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dalam manajemen bisnis.⁵⁸ Nilai etis yang diterapkan secara konsisten mampu menciptakan budaya kerja yang mendorong disiplin, akuntabilitas, dan kolaborasi, sehingga proses manajerial berjalan lebih efisien dan dapat menghasilkan keputusan yang tepat. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa etika bisnis merupakan fondasi penting dalam memperkuat kualitas manajemen bisnis, sekaligus menjadi faktor yang memengaruhi keberhasilan pengelolaan usaha secara berkelanjutan.

7. Pengaruh Etika Bisnis terhadap Ketahanan Wirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan wirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi penerapan prinsip-prinsip etis dalam aktivitas usaha seperti integritas, kejujuran, tanggung jawab, komitmen terhadap aturan, serta perlakuan adil terhadap semua pihak, maka semakin kuat pula kemampuan wirausahawan dalam menghadapi tekanan dan dinamika lingkungan bisnis. Etika bisnis berperan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan yang berorientasi pada keberlanjutan, sehingga pelaku usaha mampu mengelola risiko dengan lebih bijaksana dan menjaga kepercayaan dari konsumen, mitra, maupun komunitas

⁵⁸ Najwa Assegaf, Nur Aida, and Muhamamd Ridho, "Manajemen Bisnis Syariah Dalam Menciptakan Lingkungan Kerja Yang Etis Dan Produktif" 3, no. 2 (2025): 76–92, <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v3i2.750>.

sekitar. Kepercayaan ini selanjutnya menjadi modal penting yang memperkuat posisi usaha, terutama ketika menghadapi ketidakpastian atau perubahan kondisi pasar.

Sejalan dengan penelitian Ahmad Razan Zaki et.al pengaruh signifikan tersebut juga menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menjunjung nilai-nilai etis cenderung memiliki fondasi manajerial dan reputasi yang lebih stabil, yang pada gilirannya meningkatkan ketahanan usaha dalam jangka panjang.⁵⁹ Praktik etis membantu menciptakan hubungan bisnis yang sehat, membangun loyalitas pelanggan, serta meminimalkan konflik maupun masalah hukum, sehingga memberi ruang bagi wirausaha untuk tetap fokus pada pengembangan dan inovasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa etika bisnis tidak hanya menjadi aspek moral dalam berwirausaha, tetapi juga faktor strategis yang secara langsung memperkuat kemampuan pelaku usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan tumbuh dalam berbagai situasi usaha yang menantang.

8. Pengaruh Manajemen Bisnis terhadap Inovasi Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis. Temuan ini menggambarkan bahwa semakin baik penerapan fungsi-fungsi manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian, maka semakin tinggi pula kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi. Pengelolaan bisnis yang terstruktur memungkinkan pelaku usaha mengalokasikan sumber daya secara optimal, mengidentifikasi

⁵⁹ Ahmad Razan Zaki, Muhammad Radhitya, and Fitra Rizgian, "Etika Komunikasi Bisnis Syariah Sebagai Pilar Resiliensi Ekonomi Dalam Menghadapi Ketidakpastian Global 1" 56 (2025): 1472–78.

peluang, serta merespons perubahan pasar secara lebih adaptif. Dengan dukungan manajemen yang efektif, proses inovasi dapat berlangsung lebih sistematis, mulai dari penciptaan ide baru, pengembangan produk, hingga implementasi strategi bisnis yang kreatif.

Sejalan dengan studi yang dilakukan Dian Sudiantini et.al yang menunjukkan bahwa Signifikansi pengaruh tersebut juga menunjukkan bahwa kualitas manajerial menjadi salah satu faktor kunci dalam mendorong terciptanya lingkungan usaha yang kondusif bagi inovasi. Manajemen yang baik membangun kultur organisasi yang mendukung kreativitas, pengambilan risiko yang terukur, serta pembelajaran berkelanjutan. Selain itu, peran manajerial yang efektif membantu menciptakan koordinasi yang solid antarbagian usaha sehingga proses inovasi dapat diimplementasikan dengan lebih efisien dan tepat sasaran.⁶⁰ Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa manajemen bisnis bukan hanya berfungsi sebagai alat pengelolaan operasional, tetapi juga sebagai pendorong utama dalam mengembangkan dan memperkuat inovasi bisnis demi meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

9. Pengaruh Modal Sosial terhadap Manajemen Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen bisnis. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat hubungan sosial, jaringan kerja, dan tingkat kepercayaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin efektif pula praktik manajemen bisnis yang

⁶⁰ Riri Nurmayana, "Peran Struktur Organisasi Dalam Efektivitas Koordinasi Dan" 01, no. 04 (2025): 1063–69.

dapat dijalankan. Modal sosial menyediakan akses informasi yang lebih cepat, peluang kolaborasi yang lebih luas, serta dukungan sosial yang memperlancar proses pengambilan keputusan. Kepercayaan yang terbangun antara pelaku usaha dengan mitra, pelanggan, maupun komunitas bisnis membantu menciptakan lingkungan manajerial yang kondusif, transparan, dan kooperatif. Kondisi ini menjadi dasar penting bagi pelaku usaha untuk mengelola perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian secara lebih optimal.

Sejalan dengan hasil studi yang dikemukakan oleh Supono Signifikansi pengaruh tersebut juga menunjukkan bahwa modal sosial bukan hanya menjadi sumber dukungan eksternal, tetapi berperan sebagai aset strategis yang memperkuat kapasitas manajerial. Jaringan sosial yang luas memungkinkan pelaku usaha memperoleh berbagai pengetahuan baru, praktik terbaik, serta strategi manajemen yang relevan dengan kebutuhan pasar. Selain itu, norma dan nilai sosial yang berkembang dalam jaringan tersebut turut membentuk pola perilaku manajerial yang etis dan profesional.⁶¹ Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa modal sosial memiliki kontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas manajemen bisnis, sekaligus memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam menjalankan fungsi manajerial secara efektif dan berkelanjutan.

⁶¹ Boedyo Supono, "Peranan Modal Sosial Dalam Implementasi Manajemen Dan Bisnis," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 11, no. 1 (2011): 10–16.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka diperoleh beberapa kesimpulan penting sebagai berikut:

1. Modal Sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Ketahanan Wirausaha

Penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap ketahanan wirausaha karena jaringan sosial, kepercayaan, dan norma yang ada belum mampu memberikan kontribusi strategis yang nyata. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori *weak ties* Granovetter, di mana hubungan yang lemah gagal menghasilkan manfaat bagi bisnis, serta pendekatan *Resource-Based View* (RBV) yang menilai modal sosial tersebut belum memenuhi kriteria sumber daya yang bernilai tinggi atau sulit ditiru. Alih-alih bergantung pada kekuatan jaringan eksternal, ketahanan usaha justru lebih ditentukan oleh kapasitas internal seperti kemampuan adaptasi, inovasi, dan pengelolaan bisnis secara mandiri. Temuan ini memperkuat penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas modal sosial yang rendah tidak akan mampu meningkatkan kinerja maupun keberlanjutan usaha secara optimal..

2. Manajemen Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Ketahanan Wirausaha

Hasil pengujian menunjukkan bahwa manajemen bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan wirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa pengelolaan usaha yang terencana, terorganisasi, serta dijalankan dengan fungsi-

fungsi manajerial yang baik akan memperkuat stabilitas usaha dalam jangka panjang. Penerapan manajemen yang efektif memungkinkan pelaku usaha mengatur sumber daya, merespons perubahan, serta meminimalkan risiko bisnis secara lebih sistematis. Dengan demikian, kualitas manajemen yang baik secara langsung meningkatkan daya tahan usaha terhadap berbagai tantangan.

3. Modal Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Etika Bisnis

Temuan ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial yang kuat, rasa saling percaya, serta interaksi yang sehat dalam jaringan usaha mampu menumbuhkan perilaku bisnis yang lebih etis. Pelaku usaha yang berada dalam komunitas dengan norma sosial kuat cenderung mengadopsi praktik bisnis yang transparan, jujur, dan bertanggung jawab. Dengan kata lain, modal sosial tidak hanya memfasilitasi hubungan, tetapi juga memperkuat nilai moral dalam menjalankan usaha.

4. Modal Sosial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Inovasi Bisnis

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa modal sosial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap inovasi bisnis. Ini menunjukkan bahwa meskipun jaringan sosial dapat memberikan inspirasi, informasi, atau pertukaran ide, pengaruhnya belum cukup kuat untuk secara langsung mendorong lahirnya inovasi baru. Kemungkinan, faktor-faktor seperti keterampilan teknologi, kemampuan kreatif individu, budaya organisasi, atau dukungan finansial memiliki peran lebih besar dalam memicu inovasi. Dengan demikian, modal sosial lebih berfungsi sebagai faktor pendukung, bukan faktor utama dalam penciptaan inovasi.

5. Inovasi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ketahanan

Wirausaha.

Inovasi bisnis terbukti memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan wirausaha dalam menciptakan pembaruan produk, proses, layanan, atau strategi bisnis secara langsung memperkuat daya saing dan adaptabilitas usaha. Usaha yang terus berinovasi lebih mampu merespons perubahan kebutuhan konsumen dan dinamika pasar. Dengan demikian, inovasi merupakan salah satu elemen yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan dan ketahanan usaha pada era persaingan modern.

6. Etika Bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Bisnis

Penelitian membuktikan bahwa etika bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen bisnis. Penerapan prinsip etis seperti kejujuran, integritas, transparansi, dan keadilan membantu menciptakan sistem manajemen yang lebih efektif dan dapat dipercaya. Nilai-nilai etis tersebut memperkuat proses pengambilan keputusan, koordinasi tim, dan pelaksanaan fungsi manajerial lainnya. Dengan demikian, etika bisnis menjadi faktor internal yang memperbaiki kualitas dan profesionalitas praktik manajemen.

7. Etika Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ketahanan Wirausaha

Etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan wirausaha. Hasil ini menegaskan bahwa pelaku usaha yang menjunjung tinggi prinsip moral lebih mungkin mempertahankan hubungan yang stabil dengan pelanggan, mitra kerja, dan lingkungan sekitar. Kepercayaan yang terbentuk melalui praktik bisnis yang etis meningkatkan reputasi usaha dan memperkuat

kemampuan wirausaha untuk bertahan dalam berbagai tekanan eksternal. Dengan kata lain, perilaku etis merupakan pondasi penting dalam menjaga keberlanjutan usaha.

8. Manajemen Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Bisnis.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa manajemen bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis. Hal ini berarti bahwa semakin baik pengelolaan usaha, semakin besar pula peluang terciptanya inovasi. Manajemen yang efektif dapat menciptakan iklim kerja yang mendorong kreativitas, pembelajaran, serta keberanian untuk mencoba strategi baru. Dengan adanya perencanaan yang jelas dan pengendalian yang tepat, proses inovasi dapat berjalan lebih terstruktur dan terarah.

9. Modal Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Bisnis.

Modal sosial juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen bisnis. Kepercayaan dan hubungan yang terbangun dalam jaringan sosial mempermudah koordinasi, memperlancar arus informasi, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat. Pelaku usaha yang memiliki jaringan sosial kuat cenderung lebih mudah mengembangkan manajemen yang adaptif, partisipatif, dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis:

1. Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk memperluas cakupan variabel yang diteliti. Selain modal sosial, etika bisnis, inovasi bisnis, dan manajemen bisnis, penelitian dapat memasukkan variabel lain seperti kemampuan literasi digital, modal spiritual, orientasi kewirausahaan, kreativitas, serta lingkungan kompetitif. Variabel-variabel tersebut berpotensi memberikan kontribusi yang lebih kuat terhadap ketahanan wirausaha.
2. Pemerintah perlu merancang program pemberdayaan yang berorientasi pada penguatan jaringan sosial, seperti community hub, forum UMKM, dan wadah kolaborasi bisnis antar pelaku usaha. Program ini akan meningkatkan modal sosial, mempermudah akses informasi, serta menciptakan jejaring kerja yang lebih luas.
3. Wirausaha perlu aktif membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, pemasok, komunitas bisnis, dan lingkungan sekitar. Mengikuti komunitas wirausaha, forum diskusi, serta melakukan kolaborasi usaha akan memperkuat jejaring yang memberikan manfaat langsung maupun tidak langsung bagi perkembangan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrai, Rindang, and Didin Hikmah Perkasa. "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani* 6, no. 2 (2024): 68–85. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i2.950>.
- Aisyah, Hesty, Sari Puspita, and Universitas Metamedia. "RESOURCE-BASED VIEW: STRATEGI UMKM DI SUMATERA BARAT UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF A ." 5, no. 2 (2022): 109–20.
- Al-omoush, Khaled Saleh, Samuel Ribeiro-navarrete, Carlos Lassala, and Marinko Skare. "Networking and Knowledge Creation: Social Capital and Collaborative Innovation in Responding to the COVID-19 Crisis Khaled." *Journal of Innovation & Knowledge* 7, no. 2 (2022): 100181. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100181>.
- Aprilia, Lelen, Dian Putri, and Henny Yustisia. "Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan" 6, no. 2 (2025): 193–203.
- Apriyani Pratiwi, Anggi Pasca Arnu. "Pemahaman Dasar Untuk Pengimplementasian Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Non-Profit" 11 (2025): 137–42.
- Aputra, Angri, Sukmawati, and Nurhayati Aziz. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, Dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia." *Universitas Muslim Indonesia* 9, no. 1 (2022): 106–25. <https://pasca-umi.ac.id/index.php/tata/article/view/875/937>.
- Assegaf, Najwa, Nur Aida, and Muhamamd Ridho. "Manajemen Bisnis Syariah Dalam Menciptakan Lingkungan Kerja Yang Etis Dan Produktif" 3, no. 2 (2025): 76–92. <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v3i2.750>.
- Azzahra, Roomaysa Kamiliya, Sri Winda Wulandari, Rony Edward Utama, Universitas Muhammadiyah Jakarta, and Business Strategy. "Sumber Daya Dan Kemampuan Organisasi. Pemimpin" 2, no. 9 (2023): 31–40.
- Campus, Marawi. "18 % Overall Similarity," 2025, 1–21.
- Dan, Pasar, Etika Berbisnis, Universitas Pahlawan, Tuanku Tambusai, Institut Agama, Islam Edi, and Haryono Madani. "TREN INOVASI BISNIS SYARIAH : MENGGALI POTENSI" 1 (2024): 50–57.
- Danil, Muhammad, and Muhammad Fanani. "Analisis Terhadap Keterampilan Kewirausahaan , Strategi Bisnis , Dan Peran Modal Sosial Dalam Meningkatkan Hasil Usaha UMKM Di Sektor Mebel Kota Jember," no. November (2024): 1–11.
- Darmawan, Didit, Abdul Hafidz, Rosydi Fuady, Rahayu Mardikaningsih, and Eli Retnowati. "Tiga Pilar Sukses : Perilaku Kewirausahaan , Etika Bisnis , Dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis" 3, no. 5 (2022): 185–92. <https://doi.org/10.47065/tin.v3i5.4112>.
- Fahrner, Rudolf. "Ishak." *Lyrische Dramen Nach Orientalischen Quellen*, 2014, 161–230. <https://doi.org/10.7788/boehlau.9783412217785.161>.

- Fasiha, Erwin, and Uci Musdalifah. "The Role of Entrepreneurial Culture in Improving the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises in Yogyakarta." *Economics and Business Review* 7, no. 3 (2024): 103–12. <https://doi.org/10.26487/hebr.v7i3.5172>.
- Fasiha, and Samsul Naidin Syamsudin, Erwin, Muhammad Nur Alam Muhajir, Muh. Abdi Imam, Muhammad Rusli. *Algoritma Publikasi: Panduan Inovatif Menulis Artikel Ilmiah Berkualitas*. 1st ed. Indramayu: PT Adam Indonesia, 2025.
- Fiandi, Arif. "Proses Inovasi Dalam Organisasi Innovation Process in Organizations," 2024, 22–28.
- Firda, Z, P M P Tamaja, N I Agustin, and ... "Implementasi Inovasi Branding Batik Celup Dan Jamu Sebagai Produk Unggulan Umkm Desa Kenongo." *Jurnal Pengabdian ...* 3, no. 1 (2022): 252–58. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/326%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/326/273>.
- Firdausi, Nuzula, Andre Septianto, Thalea Christy Nathaniela, Elsa Rosyidah, and Agung Purnomo. "Apa Yang Dimaksud Dengan Inovasi Model Bisnis?" *Management (Croatia)*, 2021, 1–6.
- Godwin, Gelard, Sausan Raihana, Putri Junaedi, and Marviola Hardini. "Inovasi Bisnis Digital Untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui Teknologi Dan Adaptasi Digital" 5, no. 2 (2024): 41–47.
- Hidayat, Ihsan, Irwan Misbach, Syahrudin, Syahrir D Mallongi, and Awaluddin. "Etika Bisnis Dalam Manajemen Bisnis Roti Maros Guna Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial." *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.35905/banco.v6i1.9002>.
- Jabani, Muzayyanah. "Pemahaman Mahasiswa Studi Ekonomi Islam Stain Palopo Tentang Etika Wirausaha Dalam" IV, no. 2 (2014): 57–68.
- Khurrohmah, Mifta, Yuli Liestyana, and Tri Wahyuningsih. "Social Capital , Knowledge Sharing , Innovation , and Performance of Coffee Producer SMEs in Purworejo , Central Java" 10, no. 3 (2022): 471–82. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1469>.
- Koporcic, Nikolina, Prasanna Kumar, and Kukkamalla Stefan. "Resilience of Small and Medium-Sized Enterprises in Times of Crisis : An Umbrella Review." *Review of Managerial Science*, 2026, 301–29. <https://doi.org/10.1007/s11846-025-00883-0>.
- Leonadi, Samuel Alfian, and Universitas Bunda Mulia. "AIR" 8, no. 6 (2024): 465–75.
- Lestari, Sinta Petri, Andi Tri Haryono, and Aziza Restu Febrianto. "Ketahanan UMKM Menghadapi Masa Pandemi Covid (Studi Kasus Pada UMKM Olahan Pangan Dan Toko Klontong Di Kota Semarang)." *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 2022, 78–90.
- Lubis, Ikhwan Madina. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Tapanuli Tengah Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediator," 2024.
- Lubis, Reza Fahlevi, Moh Rohim Suharyadi, Eva Yuniarti Utami, and Baren Sipayung. "Manajemen Risiko Dalam Ketidakpastian Global : Strategi Dan

- Praktik Terbaik” 2, no. 03 (2023): 260–71.
- Lumuly, Elisye, Rita J D Atarwaman, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. “PENGARUH IMPLEMENTASI DAN EFEKTIVITAS SISTEM INFORMASI PEMERINTAHAN DAERAH (SIPD), TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAHAN KOTA AMBON (STUDI EMPIRIS PADA ORGANISASI PERANGKAT DAERAH (OPD) KOTA AMBON)” 6, no. 2 (2024): 147–59.
- Maimun, Muhammad Halim, and Hafidh Munawir. “Peran Karakteristik Kewirausahaan Islam Dan Modal Sosial Islam Untuk Resiliensi UMKM.” *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 1 (2022): 93–100. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.19873>.
- Maryasih, Niluh Kerti. “Analisa Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta.” *Mjir) Moestopo Journal International Relations* 2, no. 1 (2022): 30–42.
- Maulana, Bramasta Reza, Nia Kurniati Bachtiar, and Faqiatul Mariya Waharini. “Pengaruh Ketahanan Usaha , Kinerja Bisnis , Karakter Wirausaha , Dan Pertumbuhan Usaha Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM Di Jawa Tengah,” 2022, 819–32.
- Mohammadi, Esfandyar, Shahram Khalil Nezhad, and Emad Golmohammadi. “An Investigation of the Impact of Social Capital on Social-Organizational Accountability with an Emphasis on Business Ethics.” *Social Capital Management* 7, no. 3 (2020): 431–56. <https://doi.org/10.22059/jscm.2020.305733.2029>.
- Nafis, Fauzan, Muhammad Irwan, Padli Nasution, Universitas Islam, Negeri Sumatera, and Kabupaten Deli Serdang. “Sistem Informasi Manajemen Untuk Mengoptimalkan Proses Bisnis” 3, no. 1 (2025).
- Nurhalim, Andres Dharma. “Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya Dalam Kemajuan Perusahaan” XIV, no. 2 (2023): 11–20.
- Omoyegbagbe, Peter. “Innovation and Organisational Resilience among Small and Medium- Sized Enterprises in Lagos State” 14, no. 1 (2024): 35–48.
- Pedro, Ernani Lola, Nanang Bagus, and Ignatius Adiwidjaja. “Analisis Penerapan Modal Sosial Ekonomi Masyarakat Terhadap Pengembangan Desa Wisata Sidomulyo Kota Batu.” *Indonesian Social Science Review (ISSR)* 2 (2024): 78–88. <https://journal.lenvari.org/issr/article/view/90>.
- Permana, Muhammad Alwi, and Budi Harsanto. “JURNAL LOCUS : Penelitian & Pengabdian Pengaruh Kreativitas Produk , Strategi Digital Marketing , Dan Kepatuhan Prinsip Bisnis Syariah Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Delizzi Rendang Siap Saji : Pendekatan Mixed Methods” 4, no. 10 (2025): 9564–82.
- Putri, Elvani Anisa, and Agung Surya Dwianto. “Implementation of Employer Brand Equity As an Effort To Reduce Intention To Leave At Pt Gemilang Plastama Cemerlang.” *Analisis* 13, no. 2 (2023): 403–25. <https://doi.org/10.37478/als.v13i2.3003>.
- Putu, Ni, Lisa Ernawatiningsih, and I Putu Edy Arizona. “MENENGAH (Studi Kasus UMKM Di Kecamatan Denpasar Utara)” 3, no. 2 (2022): 128–38.
- Rahma, Anastasya, Nur Faizah, Farih Annisa Putri, and Ays Risma Febiana.

- “Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Perubahan Organisasi Melalui Definisi Fungsi Pengelolaan Serta Pendekatan” 14, no. 3 (2025): 441–53.
- Rahmadhan, Novensi Dara, Nadiatuz Zain Roshadi, Titik Diyah Ayuningtiyas, and Shofiana Novitasari. “Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam Mendorong Efisiensi Kegiatan Operasional Pada Umkm Di Indonesia” 4, no. 1 (2025): 48–61.
- Replita, Ali Hardana, Nursyirwan Effendi, Taufika Ophiyandri, Alfian Miko. “Pengaruh Modal Insani Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja UKM Kota Padangsidempuan” 4, no. 2 (2025): 3425–43.
- RI, Kementerian Agama. *Al-Qur’an Tajwid Dan Terjemahan, Juz 28*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2026.
- Riri Nurmaya. “Peran Struktur Organisasi Dalam Efektivitas Koordinasi Dan” 01, no. 04 (2025): 1063–69.
- Shore, Adam, Manisha Tiwari, Priyanka Tandon, and Cyril Foropon. “Technovation Building Entrepreneurial Resilience during Crisis Using Generative AI: An Empirical Study on SMEs.” *Technovation* 135, no. December 2023 (2024): 103063. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103063>.
- Sinta Sukma Ayu, and Zuhrinal M. Nawawi. “Penerapan Planning, Organizing, Actuating, And Controlling (POAC) Dalam Manajemen Bisnis Islam.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2023): 51–68. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i1.1733>.
- Spieth, Patrick, Pascal Breitenmoser, and Tobias Röth. “Business Model Innovation: Integrative Review, Framework, and Agenda for Future Innovation Management Research.” *Journal of Product Innovation Management*, no. April 2022 (2023): 166–93. <https://doi.org/10.1111/jpim.12704>.
- Subardjo, Anang, and Mia Ika Rahmawati. “Inovasi Model Bisnis Inkubasi Dan Kolaborasi Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya Di Era 4.0.” *Jurnal Penelitian Inovatif* 2, no. 1 (2022): 17–24. <https://doi.org/10.54082/jupin.36>.
- Sudarti, Elly, Nys Arfa, Riski Hernando, Fakultas Hukum, Universitas Jambi, Fakultas Hukum, Universitas Jambi, Fakultas Hukum, and Universitas Jambi. “PAMPAS : Journal Of Criminal Law Volume 6 Nomor 1 , Tahun 2025 Uji Model Pengukuran Radikalisme Studi Implementasi Terhadap Mahasiswa Penting Amerika Serikat , Yaitu Pentagon Dan World Trade Centre , Pada 11 September Mengarah Pada Perbuatan Anti Sosi” 6 (2025): 446–58.
- Sukatno, Monika Innercentia Ken. “Analisis Kebermanfaatan Karakteristik Inovasi Proses E-Procurement (Studi Pada Rumah Sakit Jiwa Ghrasia).” *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal* 6, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.22146/abis.v6i2.59116>.
- Sukma, Kinana Dwinta, and Meyniar Albina. “Prinsip Amanah Dalam Islam : “Perwujudan Nilai Ketuhanan Dan Kemanusiaan Dalam Kehidupan ”” 2, no. 2 (2024): 326–28.

- Sundari, Sri, and Herwiek Diah Lestari. "Pemasaran Digital Dalam Perusahaan." *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 94–99.
<https://wikuacitya.unwiku.ac.id/JurnalWikuacitya:JurnalPengabdianMasyarakat/94>.
- Supono, Boedyo. "Peranan Modal Sosial Dalam Implementasi Manajemen Dan Bisnis." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 11, no. 1 (2011): 10–16.
- Supriyani, Mei, and Ignatius Erik Sapta Yanuar. "Hubungan Antara Kemampuan Menyusun Rencana Bisnis Dengan Pembelajaran Berbasis Masalah Pada Mata Ajar Kewirausahaan." *Jurnal Administrasi Dan Manajemen* 12, no. 2 (2022): 160–65. <https://doi.org/10.52643/jam.v12i2.2297>.
- Suriani, Nidia, Risnita, and M. Syahrani Jailani. "Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36.
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>.
- Susilowati, E., H. N. Rezika, M. I. Rifaldo, T. Hidayat, and D. D. Muttaqien. "Strategi Manajemen Inovasi Dan Kreatifitas Dalam Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Imah Uing (IU)." *DIGIBE: Digital Business and Entrepreneurship Journal* 2, no. 1 (2024): 17–26.
<https://journal.feb.uniku.ac.id/digibe/article/view/17>.
- Syukri Hadi dan Astri Ayu Purwati. "MODAL SOSIAL DAN INOVASI TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM SOCIAL AND INNOVATION CAPITAL ON MSME BUSINESS PERFORMANCE" 4 (2020).
- Terhadap, B T S, Brand Image, Calvin Klein, Azyza Reihan Vindashafiya, Rah Utami Nugrahani, and Aiza Nabilla Arifputri. "Pengaruh Iklan Instagram @ Calvinklein Dan Brand Ambassador Jung Kook" 11, no. 6 (2024): 6888–6900.
- Wahyuningsih, Sri. "KONSEP ETIKA DALAM ISLAM." *Jurnal An-Nur*, 2022.
<https://journal.an-nur.ac.id/index.php/annur/article/view/167>.
- Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi. "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–54.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>.
- Zaki, Ahmad Razan, Muhammad Radhitya, and Fitra Rizgian. "Etika Komunikasi Bisnis Syariah Sebagai Pilar Resiliensi Ekonomi Dalam Menghadapi Ketidakpastian Global 1" 56 (2025): 1472–78.

L

A

M

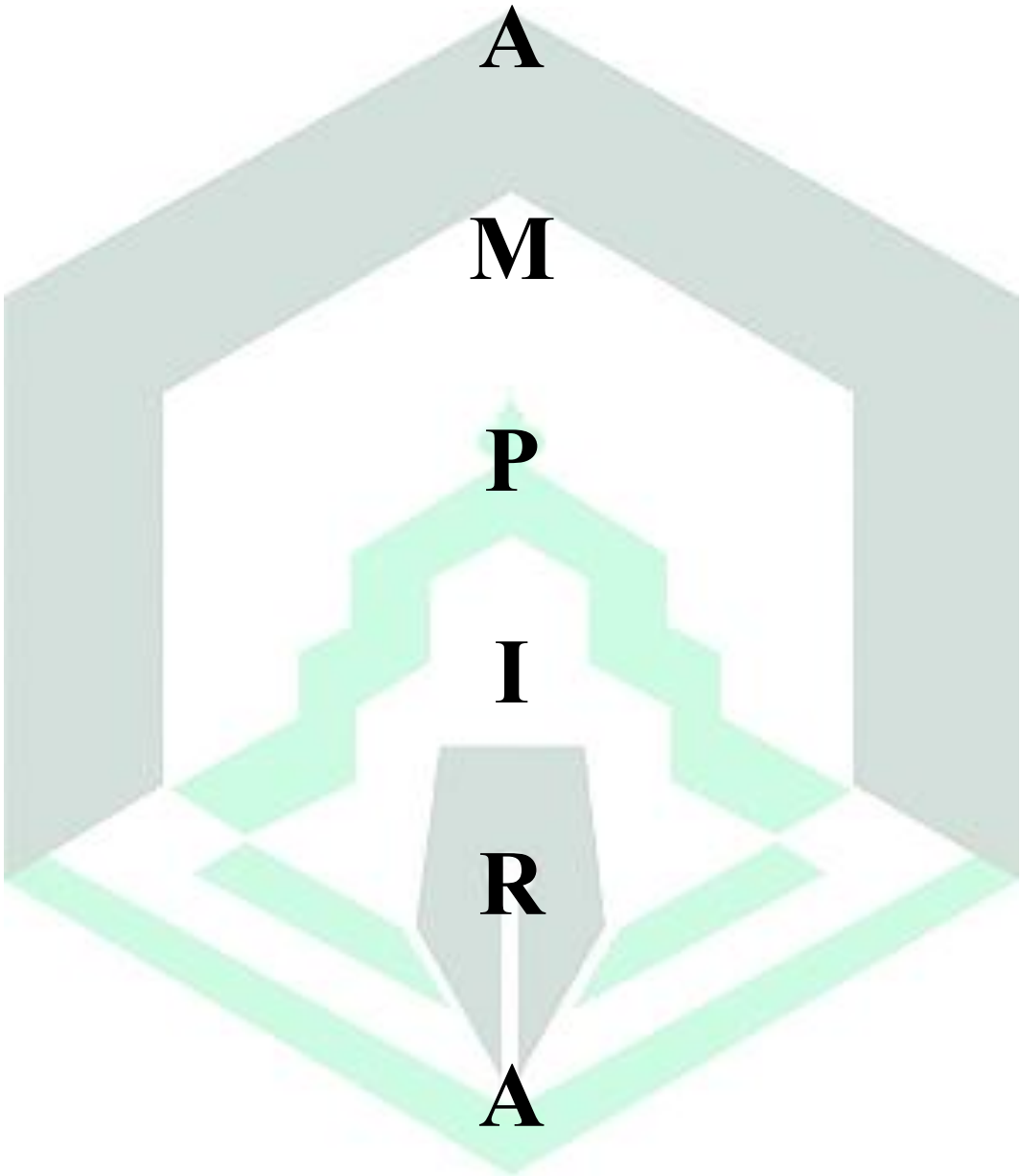
P

I

R

A

N



Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Saudara/i diminta untuk memberikan tanda (ceklis) pada salah satu skala 1-4 yang tersedia pada kolom disamping pernyataan/ pernyataan untuk menentukan seberapa setuju saudara/I mengenai hal-hal dalam pernyataan tersebut.

Jika menurut saudara/I tidak ada jawaban yang tepat, maka jawaban-jawaban mendekati dapat diberikan pada pilihan berikut:

NO	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Setuju	3
4	Sangat Setuju	4

B. Identitas Responden

- a. Nama
- b. Usia
- c. Jenis Kelamin
- d. Pendidikan Terakhir
- e. Asal daerah berdasarkan Pulau-Pulau Se-Indonesia

C. Daftar Pernyataan Responden

Variabel	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Modal Sosial	Saya yakin rekan usaha bersikap jujur dan transparan dalam bekerja sama				
	Saya percaya dukungan dari jaringan bisnis akan membantu saya ketika menghadapi kesulitan				
	Saya memiliki relasi yang luas dengan sesama wirausaha maupun pihak pendukung usaha				
	Saya aktif menjalin komunikasi dan bertukar informasi dengan jejaring bisnis saya				
	Saya aktif mengikuti kegiatan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh komunitas atau organisasi				
	Saya terlibat dalam diskusi atau forum untuk berbagi pengalaman usaha dengan wirausaha lain				
	Saya merasa nilai kebersamaan memperkuat hubungan saya dengan komunitas wirausaha				
	Saya menjadikan nilai dan prinsip yang disepakati bersama sebagai pedoman dalam menjalankan usaha				
Etika Bisnis	Saya selalu menyampaikan informasi produk atau jasa sesuai dengan kondisi yang sebenarnya				
	Saya berusaha bersikap jujur dalam setiap interaksi dengan pelanggan maupun mitra bisnis				
	Saya bertanggung jawab terhadap kualitas produk atau jasa yang saya tawarkan				
	Saya siap menanggung risiko dan konsekuensi dari keputusan bisnis yang saya ambil				
	Saya memberikan pelayanan yang sama kepada seluruh pelanggan tanpa membedakan				
	Saya memperlakukan karyawan dan rekan kerja secara adil sesuai dengan kontribusinya				
	Saya mematuhi peraturan hukum yang berlaku dalam menjalankan usaha				

	Saya menjalankan usaha sesuai dengan aturan dan standar yang ditetapkan oleh pemerintah maupun asosiasi bisnis				
Manajemen Bisnis	Saya menyusun rencana usaha sebelum memulai atau mengembangkan bisnis				
	Saya menetapkan target dan strategi yang jelas untuk mencapai tujuan usaha				
	Saya membagi tugas dan tanggung jawab secara jelas dalam usaha yang saya jalankan				
	Saya berusaha menciptakan koordinasi yang baik antara anggota tim atau karyawan				
	Saya mempertimbangkan berbagai alternatif sebelum mengambil keputusan bisnis				
	Saya melibatkan pihak terkait (tim, mitra, atau konsultan) dalam proses pengambilan keputusan penting				
	Saya melakukan evaluasi secara berkala terhadap jalannya usaha				
	Saya segera melakukan perbaikan apabila ditemukan kekurangan dalam pelaksanaan usaha				
Inovasi Bisnis	Saya secara rutin melakukan perbaikan atau penyempurnaan terhadap produk/jasa yang saya tawarkan				
	Saya menyesuaikan produk/jasa dengan kebutuhan dan selera pelanggan				
	Saya memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk/jasa				
	Saya menggunakan platform digital untuk memperluas pemasaran usaha				
	Saya merancang strategi pemasaran yang unik untuk menarik pelanggan				
	Saya mencari cara-cara baru dalam mengelola usaha agar lebih efisien				
Ketahanan Wirausaha	Saya tetap berusaha menjalankan bisnis meskipun menghadapi situasi sulit				
	Saya mencari berbagai cara untuk menjaga kelangsungan usaha ketika menghadapi tantangan besar				
	Saya dapat menyesuaikan strategi bisnis sesuai dengan perubahan kondisi pasar				
	Saya mampu mengubah rencana usaha ketika menghadapi perubahan lingkungan bisnis				

Saya tetap berusaha bangkit ketika menghadapi kerugian dalam bisnis				
Saya percaya bahwa setiap kegagalan adalah peluang untuk belajar dan berkembang				
Saya konsisten bekerja keras untuk mencapai tujuan usaha				
Saya terus berusaha meningkatkan usaha meskipun hasilnya belum sesuai harapan				



38	3	3	3	3	3	3	3	3	24
39	3	3	3	3	3	3	3	3	24
40	3	3	3	3	3	3	3	4	25
41	3	3	3	3	3	3	3	2	23
42	4	3	3	3	3	3	3	3	25
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	3	3	3	3	3	3	3	3	24
45	4	3	3	4	4	3	3	3	27
46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
47	3	4	3	3	4	4	4	4	29
48	4	4	4	3	2	2	3	2	24
49	3	4	3	3	2	3	3	3	24
50	3	3	3	3	3	3	3	3	24
51	4	4	3	4	3	3	3	3	27
52	3	3	3	3	2	3	2	2	21
53	4	4	4	3	4	4	4	3	30
54	4	4	3	4	3	3	3	4	28
55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
56	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	3	3	3	3	3	3	3	4	25
59	3	3	3	3	3	3	3	2	23
60	4	3	3	3	3	3	3	3	25
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	3	3	3	3	3	3	3	3	24
63	4	3	3	4	4	3	3	3	27
64	3	3	3	3	3	3	3	3	24
65	3	4	3	3	4	4	4	4	29
66	4	4	4	3	2	2	3	2	24
67	3	4	3	3	2	3	3	3	24
68	3	3	3	3	3	3	3	3	24
69	4	4	3	4	3	3	3	3	27
70	3	3	3	3	2	3	2	2	21
71	4	4	4	3	4	4	4	3	30
72	4	4	3	4	3	3	3	4	28
73	3	3	3	3	3	3	3	3	24
74	3	3	3	3	3	3	3	3	24
75	3	3	3	3	3	3	3	3	24
76	3	3	3	3	3	3	3	4	25
77	3	3	3	3	3	3	3	2	23
78	4	3	3	3	3	3	3	3	25

120	4	4	3	4	3	3	3	3	27
121	3	3	3	3	2	3	2	2	21
122	4	4	4	3	4	4	4	3	30
123	4	4	3	4	3	3	3	4	28
124	3	3	3	3	3	3	3	3	24
125	3	3	3	3	3	3	3	3	24
126	3	3	3	3	3	3	3	3	24
127	3	3	3	3	3	3	3	4	25
128	3	3	3	3	3	3	3	2	23
129	4	3	3	3	3	3	3	3	25
130	4	4	4	4	4	4	4	4	32
131	3	3	3	3	3	3	3	3	24
132	4	3	3	4	4	3	3	3	27
133	3	3	3	3	3	3	3	3	24
134	3	4	3	3	4	4	4	4	29
135	4	4	4	3	2	2	3	2	24
136	3	4	3	3	2	3	3	3	24
137	3	3	3	3	3	3	3	3	24
138	4	4	3	4	3	3	3	3	27
139	3	3	3	3	2	3	2	2	21
140	4	4	4	3	4	4	4	3	30
141	4	4	3	4	3	3	3	4	28
142	3	3	3	3	3	3	3	3	24
143	3	3	3	3	3	3	3	3	24
144	3	3	3	3	3	3	3	3	24
145	3	3	3	3	3	3	3	4	25
146	3	3	3	3	3	3	3	2	23
147	4	3	3	3	3	3	3	3	25
148	4	4	4	4	4	4	4	4	32
149	3	3	3	3	3	3	3	3	24
150	4	4	4	3	4	4	4	3	30

80	3	4	4	4	4	3	4	4	26
81	3	3	3	4	3	3	4	3	23
82	3	3	3	3	3	3	3	3	21
83	2	3	2	2	3	3	3	3	18
84	3	3	3	3	4	3	3	3	22
85	3	3	2	3	2	3	3	3	19
86	3	3	3	3	3	3	3	3	21
87	3	4	4	4	4	4	4	4	27
88	2	2	3	3	3	3	3	3	19
89	4	4	4	4	3	4	4	3	27
90	3	3	4	3	3	3	3	3	22
91	3	3	3	3	3	3	3	3	21
92	3	3	3	3	3	3	3	3	21
93	3	3	3	3	3	3	3	3	21
94	2	3	3	3	3	3	3	3	20
95	2	2	2	2	3	3	3	3	17
96	4	4	4	4	4	3	4	3	27
97	4	4	4	4	4	4	4	4	28
98	3	4	4	4	4	3	4	4	26
99	3	3	3	3	4	3	3	3	22
100	3	3	2	3	2	3	3	3	19
101	3	3	3	3	3	3	3	3	21
102	3	4	4	4	4	4	4	4	27
103	2	2	3	3	3	3	3	3	19
104	4	4	4	4	3	4	4	3	27
105	3	3	4	3	3	3	3	3	22
106	3	3	3	3	3	3	3	3	21
107	3	3	3	3	3	3	3	3	21
108	3	3	3	3	3	3	3	3	21
109	2	3	3	3	3	3	3	3	20
110	2	2	2	2	3	3	3	3	17
111	4	4	4	4	4	3	4	3	27
112	4	4	4	4	4	4	4	4	28
113	3	4	4	4	4	3	4	4	26
114	3	3	3	4	3	3	4	3	23
115	3	3	3	3	3	3	3	3	21
116	2	3	2	2	3	3	3	3	18
117	3	3	3	3	4	3	3	3	22
118	3	3	2	3	2	3	3	3	19
119	3	3	3	3	3	3	3	3	21
120	3	4	4	4	4	4	4	4	27

121	2	2	3	3	3	3	3	3	19
122	4	4	4	4	3	4	4	3	27
123	3	3	4	3	3	3	3	3	22
124	3	3	3	3	3	3	3	3	21
125	3	3	3	3	3	3	3	3	21
126	3	3	3	3	3	3	3	3	21
127	2	3	3	3	3	3	3	3	20
128	2	2	2	2	3	3	3	3	17
129	4	4	4	4	4	3	4	3	27
130	4	4	4	4	4	4	4	4	28
131	3	4	4	4	4	3	4	4	26
132	3	3	3	4	3	3	4	3	23
133	3	3	3	3	3	3	3	3	21
134	2	3	2	2	3	3	3	3	18
135	3	3	3	3	4	3	3	3	22
136	3	3	2	3	2	3	3	3	19
137	3	3	3	3	3	3	3	3	21
138	3	4	4	4	4	4	4	4	27
139	2	2	3	3	3	3	3	3	19
140	4	4	4	4	3	4	4	3	27
141	3	3	4	3	3	3	3	3	22
142	3	3	3	3	3	3	3	3	21
143	3	3	3	3	3	3	3	3	21
144	3	3	3	3	3	3	3	3	21
145	2	3	3	3	3	3	3	3	20
146	2	2	2	2	3	3	3	3	17
147	4	4	4	4	4	3	4	3	27
148	4	4	4	4	4	4	4	4	28
149	3	4	4	4	4	3	4	4	26
150	4	4	4	4	3	4	4	3	27

Responden	Inovasi Bisnis						Total
	IB (X4) 1	IB (X4) 2	IB (X4) 3	IB (X4) 4	IB (X4) 5	IB (X4) 6	
1	3	3	3	3	3	3	15
2	3	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	3	3	15
5	4	4	3	4	4	3	19
6	3	4	4	3	3	3	17
7	4	4	4	4	4	4	20
8	4	4	3	4	3	4	18
9	3	3	4	2	2	3	14
10	3	3	3	3	3	3	15
11	3	2	3	3	3	3	14
12	3	3	3	3	3	3	15
13	3	3	3	3	3	3	15
14	3	3	3	3	3	3	15
15	4	3	4	4	3	3	18
16	3	3	3	3	3	3	15
17	4	3	3	3	4	4	17
18	3	3	4	4	3	4	17
19	3	3	3	3	3	3	15
20	3	3	3	3	3	3	15
21	3	3	3	3	3	3	15
22	3	3	3	3	3	3	15
23	4	4	3	4	4	3	19
24	3	4	4	3	3	3	17
25	4	4	4	4	4	4	20
26	4	4	3	4	3	4	18
27	3	3	4	2	2	3	14
28	3	3	3	3	3	3	15
29	3	2	3	3	3	3	14
30	3	3	3	3	3	3	15
31	3	3	3	3	3	3	15
32	3	3	3	3	3	3	15
33	4	3	4	4	3	3	18
34	3	3	3	3	3	3	15
35	4	3	3	3	4	4	17
36	3	3	4	4	3	4	17
37	3	3	3	3	3	3	15
38	3	3	3	3	3	3	15

39	3	3	3	3	3	3	15
40	3	3	3	3	3	3	15
41	4	4	3	4	4	3	19
42	3	4	4	3	3	3	17
43	4	4	4	4	4	4	20
44	4	4	3	4	3	4	18
45	3	3	4	2	2	3	14
46	3	3	3	3	3	3	15
47	3	2	3	3	3	3	14
48	3	3	3	3	3	3	15
49	3	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	3	15
51	4	3	4	4	3	3	18
52	3	3	3	3	3	3	15
53	4	3	3	3	4	4	17
54	3	3	4	4	3	4	17
55	3	3	3	3	3	3	15
56	3	3	3	3	3	3	15
57	3	3	3	3	3	3	15
58	3	3	3	3	3	3	15
59	4	4	3	4	4	3	19
60	3	4	4	3	3	3	17
61	4	4	4	4	4	4	20
62	4	4	3	4	3	4	18
63	3	3	4	2	2	3	14
64	3	3	3	3	3	3	15
65	3	2	3	3	3	3	14
66	3	3	3	3	3	3	15
67	3	3	3	3	3	3	15
68	3	3	3	3	3	3	15
69	4	3	4	4	3	3	18
70	3	3	3	3	3	3	15
71	4	3	3	3	4	4	17
72	3	3	4	4	3	4	17
73	3	3	3	3	3	3	15
74	3	3	3	3	3	3	15
75	3	3	3	3	3	3	15
76	3	3	3	3	3	3	15
77	4	4	3	4	4	3	19
78	3	4	4	3	3	3	17
79	4	4	4	4	4	4	20

80	4	4	3	4	3	4	18
81	3	3	4	2	2	3	14
82	3	3	3	3	3	3	15
83	3	2	3	3	3	3	14
84	3	3	3	3	3	3	15
85	3	3	3	3	3	3	15
86	3	3	3	3	3	3	15
87	4	3	4	4	3	3	18
88	3	3	3	3	3	3	15
89	4	3	3	3	4	4	17
90	3	3	4	4	3	4	17
91	3	3	3	3	3	3	15
92	3	3	3	3	3	3	15
93	3	3	3	3	3	3	15
94	3	3	3	3	3	3	15
95	4	4	3	4	4	3	19
96	3	4	4	3	3	3	17
97	4	4	4	4	4	4	20
98	4	4	3	4	3	4	18
99	3	3	3	3	3	3	15
100	3	3	3	3	3	3	15
101	3	3	3	3	3	3	15
102	4	3	4	4	3	3	18
103	3	3	3	3	3	3	15
104	4	3	3	3	4	4	17
105	3	3	4	4	3	4	17
106	3	3	3	3	3	3	15
107	3	3	3	3	3	3	15
108	3	3	3	3	3	3	15
109	3	3	3	3	3	3	15
110	4	4	3	4	4	3	19
111	3	4	4	3	3	3	17
112	4	4	4	4	4	4	20
113	4	4	3	4	3	4	18
114	3	3	4	2	2	3	14
115	3	3	3	3	3	3	15
116	3	2	3	3	3	3	14
117	3	3	3	3	3	3	15
118	3	3	3	3	3	3	15
119	3	3	3	3	3	3	15
120	4	3	4	4	3	3	18

121	3	3	3	3	3	3	15
122	4	3	3	3	4	4	17
123	3	3	4	4	3	4	17
124	3	3	3	3	3	3	15
125	3	3	3	3	3	3	15
126	3	3	3	3	3	3	15
127	3	3	3	3	3	3	15
128	4	4	3	4	4	3	19
129	3	4	4	3	3	3	17
130	4	4	4	4	4	4	20
131	4	4	3	4	3	4	18
132	3	3	4	2	2	3	14
133	3	3	3	3	3	3	15
134	3	2	3	3	3	3	14
135	3	3	3	3	3	3	15
136	3	3	3	3	3	3	15
137	3	3	3	3	3	3	15
138	4	3	4	4	3	3	18
139	3	3	3	3	3	3	15
140	4	3	3	3	4	4	17
141	3	3	4	4	3	4	17
142	3	3	3	3	3	3	15
143	3	3	3	3	3	3	15
144	3	3	3	3	3	3	15
145	3	3	3	3	3	3	15
146	4	4	3	4	4	3	19
147	3	4	4	3	3	3	17
148	4	4	4	4	4	4	20
149	4	4	3	4	3	4	18
150	4	3	3	3	4	4	17

38	3	3	3	3	3	3	3	3	21
39	3	3	3	3	3	3	3	3	21
40	4	3	3	3	3	3	3	4	22
41	3	3	3	3	4	3	3	2	22
42	4	4	3	3	4	4	3	3	25
43	4	4	4	4	4	4	4	4	28
44	4	4	4	3	3	4	3	3	25
45	2	3	3	3	2	4	3	3	20
46	3	3	3	3	3	3	3	3	21
47	3	3	3	3	3	3	4	4	22
48	3	3	3	3	3	3	3	2	21
49	3	3	3	3	3	3	3	3	21
50	3	3	3	3	3	3	3	3	21
51	4	4	4	4	4	4	3	3	27
52	4	3	3	3	3	3	2	2	21
53	4	3	4	3	2	3	4	3	23
54	4	3	4	3	3	4	3	4	24
55	3	3	3	3	3	3	3	3	21
56	3	3	3	3	3	3	3	3	21
57	3	3	3	3	3	3	3	3	21
58	4	3	3	3	3	3	3	4	22
59	3	3	3	3	4	3	3	2	22
60	4	4	3	3	4	4	3	3	25
61	4	4	4	4	4	4	4	4	28
62	4	4	4	3	3	4	3	3	25
63	2	3	3	3	2	4	3	3	20
64	3	3	3	3	3	3	3	3	21
65	3	3	3	3	3	3	4	4	22
66	3	3	3	3	3	3	3	2	21
67	3	3	3	3	3	3	3	3	21
68	3	3	3	3	3	3	3	3	21
69	4	4	4	4	4	4	3	3	27
70	4	3	3	3	3	3	2	2	21
71	4	3	4	3	2	3	4	3	23
72	4	3	4	3	3	4	3	4	24
73	3	3	3	3	3	3	3	3	21
74	3	3	3	3	3	3	3	3	21
75	3	3	3	3	3	3	3	3	21
76	4	3	3	3	3	3	3	4	22
77	3	3	3	3	4	3	3	2	22
78	4	4	3	3	4	4	3	3	25

120	4	4	4	4	4	4	3	3	27
121	4	3	3	3	3	3	2	2	21
122	4	3	4	3	2	3	4	3	23
123	4	3	4	3	3	4	3	4	24
124	3	3	3	3	3	3	3	3	21
125	3	3	3	3	3	3	3	3	21
126	3	3	3	3	3	3	3	3	21
127	4	3	3	3	3	3	3	4	22
128	3	3	3	3	4	3	3	2	22
129	4	4	3	3	4	4	3	3	25
130	4	4	4	4	4	4	4	4	28
131	4	4	4	3	3	4	3	3	25
132	2	3	3	3	2	4	3	3	20
133	3	3	3	3	3	3	3	3	21
134	3	3	3	3	3	3	4	4	22
135	3	3	3	3	3	3	3	2	21
136	3	3	3	3	3	3	3	3	21
137	3	3	3	3	3	3	3	3	21
138	4	4	4	4	4	4	3	3	27
139	4	3	3	3	3	3	2	2	21
140	4	3	4	3	2	3	4	3	23
141	4	3	4	3	3	4	3	4	24
142	3	3	3	3	3	3	3	3	21
143	3	3	3	3	3	3	3	3	21
144	3	3	3	3	3	3	3	3	21
145	4	3	3	3	3	3	3	4	22
146	3	3	3	3	4	3	3	2	22
147	4	4	3	3	4	4	3	3	25
148	4	4	4	4	4	4	4	4	28
149	4	4	4	3	3	4	3	3	25
150	4	3	4	3	2	3	4	3	23

Lampiran 3 : Output Pengolahan Data dengan SmartPLS 4 (PLS-SEM)

Hasil Uji Validitas Variabel

Outer loadings - Matrix						
	Etika Bisnis	Inovasi Bisnis	Ketahanan Wirausaha	Manajemen Bisnis	Modal Sosial	
EB (X2) 3	0.739					
EB (X2) 4	0.859					
EB (X2) 5	0.890					
EB (X2) 6	0.858					
EB (X2) 7	0.732					
EB (X2) 8	0.835					
IB (X4) 1		0.890				
IB (X4) 2		0.716				
IB (X4) 4		0.843				
IB (X4) 5		0.726				
IB (X4) 8		0.778				
KW (Y) 1				0.716		
KW (Y) 2				0.882		
KW (Y) 3				0.857		
KW (Y) 4				0.760		
KW (Y) 6				0.815		
MB (X3) 1					0.758	
MB (X3) 2					0.906	
MB (X3) 3					0.871	
MB (X3) 4					0.898	
MB (X3) 5					0.746	
MB (X3) 6					0.728	
MB (X3) 7					0.901	
MB (X3) 8					0.762	
MS (X1) 1						0.919
MS (X1) 2						0.747
MS (X1) 3						0.707
MS (X1) 4						0.757

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Construct reliability and validity - Overview					
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)	
Etika Bisnis	0.902	0.907	0.925	0.674	
Inovasi Bisnis	0.855	0.877	0.894	0.630	
Ketahanan Wirausaha	0.866	0.880	0.904	0.653	
Manajemen Bisnis	0.931	0.934	0.944	0.680	
Modal Sosial	0.796	0.832	0.866	0.619	

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Etika Bisnis	0.176	0.167
Inovasi Bisnis	0.361	0.347
Ketahanan Wirausaha	0.860	0.854
Manajemen Bisnis	0.815	0.811

Hasil Uji F-Square

f-square - Matrix

	Etika Bisnis	Inovasi Bisnis	Ketahanan Wirausaha	Manajemen Bisnis	Modal Sosial
Etika Bisnis				0.067	2.178
Inovasi Bisnis				0.473	
Ketahanan Wirausaha					
Manajemen Bisnis		0.327		0.801	
Modal Sosial	0.214	0.000		0.005	0.536

Hasil Uji koefisien Jalur

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Etika Bisnis -> Ketahanan Wirausaha	-0.191	-0.173	0.085	2.245	0.025
Etika Bisnis -> Manajemen Bisnis	0.700	0.703	0.044	15.776	0.000
Inovasi Bisnis -> Ketahanan Wirausaha	0.322	0.329	0.041	7.854	0.000
Manajemen Bisnis -> Inovasi Bisnis	0.596	0.591	0.122	4.868	0.000
Manajemen Bisnis -> Ketahanan Wirausaha	0.828	0.802	0.097	8.531	0.000
Modal Sosial -> Etika Bisnis	0.420	0.425	0.098	4.295	0.000
Modal Sosial -> Inovasi Bisnis	0.008	0.024	0.129	0.058	0.954
Modal Sosial -> Ketahanan Wirausaha	0.035	0.039	0.042	0.824	0.410
Modal Sosial -> Manajemen Bisnis	0.347	0.346	0.053	6.572	0.000

RIWAYAT HIDUP



Aidil Ar Rasyid, lahir di Lare-lare pada tanggal 28 Maret 2003. Penulis merupakan anak keenam dari tujuh bersaudara dari pasangan seorang ayah Yang bernama Abd.Majid dan ibu Murni. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Lare-lare, Desa Lare-lare, Kec.Bua, Kab Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2017 di MI Datok Pattimang. Kemudian pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMPN 2 Bupon hingga tahun 2019. Lulus dari sekolah menengah menengah pertama, penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke tingkat sekolah menengah Sekolah Menengah Atas di SMAN 25 Luwu dan lulus pada tahun 2022. Pada saat menempuh pendidikan SMAN 15 Luwu, penulis pernah menjadi bagian dari organisasi Palang Merah Remaja (PMR). Pada tahun yang sama, penulis diterima di salah satu kampus favorit di Kota Palopo sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan akademik maupun organisasi kampus, termasuk menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Program Studi, dan menjadi anggota Scholar Society. Selain itu ia juga pernah menjadi presenter pada *International conferenceon islamic studies (ICIES)* di Semarang (2024, International)

Contact person penulis: **2204030043@uinpalopo.ac.id**