

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami peran modal sosial dalam meningkatkan kemampuan ambideksteritas pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di D.I. Yogyakarta. Modal sosial yang diwujudkan melalui jaringan eksternal merupakan mekanisme vital bagi UKM untuk menyeimbangkan kegiatan eksplorasi dan eksploitasi. Melalui metode kualitatif, penelitian ini menemukan bahwa UKM secara strategis memanfaatkan modal sosial untuk mendukung kedua kegiatan tersebut.

Untuk kegiatan eksplorasi, modal sosial dimanfaatkan melalui ketergabungan dalam asosiasi bisnis; pendampingan dan fasilitas dari pemerintah; pemanfaatan jaringan eksternal untuk penetrasi pasar baru; pertukaran ide; pergeseran saluran pemasaran; diversifikasi produk; serta akses informasi dan umpan balik pelanggan. Sementara itu, untuk kegiatan eksploitasi, modal sosial digunakan melalui pemeliharaan kepercayaan eksternal; dukungan pemerintah untuk efisiensi operasional; pemanfaatan jaringan lokal untuk pengadaan dan distribusi; efisiensi biaya; desentralisasi produksi; peningkatan kompetensi karyawan; dan kustomisasi produk berbasis pelanggan.

Penelitian ini juga menyoroti tiga faktor internal yang mendukung pemanfaatan modal sosial, yaitu: budaya kekeluargaan, kualitas komunikasi internal, serta desentralisasi keputusan dan kolaborasi. Ketiga faktor ini menjadi fondasi yang memperkuat hubungan, mempercepat penyebaran informasi, dan memberdayakan karyawan untuk bertindak secara adaptif. Secara keseluruhan, temuan ini menyimpulkan bahwa modal sosial berperan krusial dalam menciptakan keseimbangan strategis bagi UKM, memungkinkan mereka untuk meningkatkan daya saing dan ketahanan bisnis di lingkungan yang dinamis.

Kata Kunci: usaha kecil dan menengah (UKM), modal sosial, ambideksteritas, eksplorasi, eksploitasi, inovasi.

ABSTRACT

This research aims to identify and understand the role of social capital in enhancing the ambidexterity of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in D.I. Yogyakarta. Social capital, manifested through external networks, is a vital mechanism for SMEs to balance exploration and exploitation activities. Using a qualitative method, this study finds that SMEs strategically leverage social capital to support both activities.

For exploration activities, social capital is utilized through: involvement in business associations, mentoring and facilitation from the government, utilizing external networks for new market penetration, exchanging ideas, shifting marketing channels, product diversification, accessing information and customer feedback. Meanwhile, for exploitation activities, social capital is used through: maintaining external trust, government support for operational efficiency, utilizing local networks for procurement and distribution, cost efficiency, production decentralization, enhancing employee competence, customer-based product customization.

This study also highlights three internal factors that support the utilization of social capital: a family-like culture, internal communication quality, and decentralized decision-making and collaboration. These three factors form the foundation that strengthens relationships, accelerates the dissemination of information, and empowers employees to act adaptively. Overall, the findings conclude that social capital plays a crucial role in creating strategic balance for SMEs, enabling them to enhance their competitiveness and business resilience in a dynamic environment.

Keywords: small and medium-sized enterprises (SMEs), social capital, ambidexterity, exploration, exploitation, innovation.