

**PENGARUH MODAL SOSIAL TERHADAP
INOVASI PRODUK YANG DIMEDIASI OLEH AKUISISI
PENGETAHUAN DAN DIMODERASI OLEH KEMAMPUAN
MENYERAP**

INTISARI

Studi ini menggunakan survei pada 200 unit Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada industri manufaktur di Indonesia. Studi ini mendiskusikan mengenai pengaruh modal sosial antara UKM dan pemasok terhadap inovasi produk serta peran akuisisi pengetahuan sebagai pemediasi dan kemampuan menyerap sebagai pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada dua jenis sektor yang berbeda, yaitu sektor batik dan mebel. Hasil penelitian membuktikan adanya hubungan sosial yang terjalin antara UKM dan pemasok berupa modal sosial dapat merupakan aset penting bagi perusahaan dalam melakukan inovasi produk. Akuisisi pengetahuan dalam penelitian ini terbukti memediasi hubungan antara modal sosial dan inovasi produk. Akuisisi pengetahuan berupa perolehan pengetahuan dari pihak pemasok kepada UKM yang merupakan sumber informasi dalam terciptanya inovasi produk. Temuan selanjutnya dari penelitian ini juga menyatakan bahwa kemampuan menyerap tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam memoderasi pengaruh akuisisi pengetahuan terhadap inovasi produk. Kemampuan menyerap digambarkan sebagai kemampuan karyawan dalam mengaplikasikan pengetahuan yang telah didapat dari pemasok. Tidak signifikannya hasil moderasi ini karena dalam UKM batik dan mebel, pihak yang berperan dalam penciptaan inovasi produk bukanlah karyawan, melainkan pemilik usahanya sendiri.

Kata kunci: Modal sosial, akuisisi pengetahuan, kemampuan menyerap, inovasi produk

***THE EFFECT OF SOCIAL CAPITAL TO
PRODUCT INNOVATION THAT MEDIATED BY KNOWLEDGE ACQUISITION AND
MODERATED BY ABSORPTIVE CAPACITY***

ABSTRACT

This study uses a survey of 200 Small and Medium Enterprises (SMEs) units in the manufacturing industry in Indonesia which discusses the influence of social capital between SMEs and suppliers on product innovation and the role of knowledge acquisition as mediation and the absorptive capacity as moderation. This research was conducted on two different types of sectors, namely the batik and furniture sectors. The results of the study proved that the existence of social relations between SMEs and suppliers in the form of social capital can be an important asset for companies in product innovation. Knowledge acquisition in this study proved to mediate the relationship between social capital and product innovation. Knowledge acquisition in the form of knowledge obtained from suppliers to SMEs which is a source of information it creates a product innovation. Subsequent findings from this study also state that the absorptive capacity had no significant effect in moderates the influence of the knowledge acquisition on product innovation. Absorptive capacity described as an employee's ability to apply knowledge gained from suppliers. This insignificant result of moderation is due to the fact that in batik and furniture SMEs, those who play a role in the creation of product innovation are not employees, but their own business owners.

Keywords: *Social capital, knowledge acquisition, absorptive capacity, product innovation*