



Efektifitas *Human Capital* dalam Memediasi *Community Agreeableness* dan *Knowledge Donating* terhadap *Business Sustainability*

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Anita Widi Astuti Universitas Islam Sultan Agung anitawidhi15@gmail.com Marno Nugroho Universitas Islam Sultan Agung marnonugroho@unissula.ac.id	ISSN: 2808-1307 Vol. 5, No. 2, Agustus 2025 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh
© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved	

Saran Penulisan Referensi:

Astuti, A. W., & Nugroho, M. (2025). Efektivitas Human Capital dalam Memediasi Community Agreeableness dan Knowledge Donating terhadap Business Sustainability *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (2),2968-2974.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Community Agreeableness* dan *Knowledge Donating* terhadap *Human Capital* serta implikasinya pada *Business Sustainability* pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Grobogan, Indonesia. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang dipilih secara purposive. Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas, dan seluruh item dinyatakan layak untuk dianalisis. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Community Agreeableness* dan *Knowledge Donating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Human Capital*. Selain itu, kedua variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Sustainability*. Namun, *Human Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Business Sustainability*, yang menunjukkan bahwa keberlanjutan UKM lebih banyak ditentukan oleh kemampuan membangun jejaring sosial dan berbagi pengetahuan dibandingkan kemampuan modal manusia secara individual. Temuan ini menegaskan pentingnya membangun lingkungan kerja yang kolaboratif dan mendorong budaya berbagi pengetahuan di antara pelaku UKM untuk meningkatkan daya saing dan memastikan keberlangsungan usaha jangka panjang. Penguatan hubungan komunitas dan kepercayaan bersama dapat menciptakan sinergi yang memfasilitasi inovasi, adaptabilitas, dan ketahanan dalam menghadapi dinamika pasar. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur keberlanjutan UKM dengan menekankan dimensi sosial dan berbagi pengetahuan sebagai strategi utama keberlangsungan bisnis, serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha, pembuat kebijakan, dan jaringan bisnis berbasis komunitas dalam mengembangkan program yang mendukung kerja sama, pembentukan kepercayaan, dan pertukaran informasi.

Kata kunci: *Community Agreeableness, Knowledge Donating, Human Capital, Business Sustainability, UKM.*

This study aims to analyze the influence of Community Agreeableness and Knowledge Donating on Human Capital and their implications for Business Sustainability among Small and Medium Enterprises (SMEs) in Grobogan Regency, Indonesia. A quantitative research approach was employed using a survey method involving 100 purposively selected respondents. The research instrument passed validity and reliability tests, confirming that all items were suitable for analysis. Data were processed using multiple linear regression to examine both direct and indirect relationships among variables. The results indicate that Community Agreeableness and Knowledge Donating have a positive and significant effect on Human Capital. Furthermore, both variables also exert a positive and significant influence on Business Sustainability. However, Human Capital was found to have no significant effect on Business Sustainability, suggesting that the sustainability of SMEs is more strongly determined by the ability to build social networks and share knowledge rather than by individual human capital capabilities alone. These findings highlight the importance of fostering a collaborative environment and promoting a culture of knowledge sharing among SMEs to enhance competitiveness and ensure long-term business viability. Strengthening community ties and mutual trust can create synergistic relationships that facilitate innovation, adaptability, and resilience in responding to market dynamics. This research contributes to the existing literature on SME sustainability by emphasizing the social and knowledge-sharing dimensions as strategic levers for business continuity. It also offers practical implications for SME practitioners, policymakers, and community-based business networks in developing targeted programs that support cooperation, trust-building, and information exchange as integral components of sustainable business strategies.

Keywords: *Community Agreeableness, Knowledge Donating, Human Capital, Business Sustainability, SMEs.*

A. Pendahuluan

Fenomena Globalisasi telah memberikan pengaruh yang luas terhadap berbagai sektor kehidupan di dunia internasional, termasuk sektor ekonomi. Hal ini sejalan dengan pandangan Jim dkk. (2013) yang menyatakan bahwa globalisasi ditandai oleh perubahan signifikan dalam tatanan internasional, di mana masyarakat dunia saling terhubung satu sama lain. Dalam konteks ini, perkembangan ekonomi digital menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Proses digitalisasi telah membawa dampak signifikan terhadap cara hidup, pola komunikasi, mekanisme kerja, model bisnis, dan perilaku konsumsi masyarakat. Pengaruh tersebut diperkirakan akan terus meningkat seiring kemajuan teknologi. Digitalisasi sendiri dapat didefinisikan sebagai proses transformasi model bisnis akibat perubahan mendasar pada proses inti internal, antarmuka pelanggan, produk dan layanan, serta pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (Jim et al, 2013)

Untuk mencapai keberhasilan di masa depan, perusahaan dituntut mampu merespons tantangan digitalisasi sekaligus memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital dan inovasi model bisnis. Menurut Kementerian Federal Bidang Perekonomian dan Energi Jerman (2017), teknologi pada hakikatnya diciptakan untuk mempermudah pekerjaan manusia, mengubah proses manual menjadi otomatis. Perkembangan teknologi ini mendorong banyak individu untuk memulai usaha berbasis digital, khususnya dalam bentuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Pertumbuhan UKM secara global sangat dipengaruhi oleh lingkungan bisnis yang kondusif. Jesk & Mboya (2019) mengemukakan bahwa berbagai faktor dapat menghambat pertumbuhan UKM, antara lain keterbatasan pelatihan bisnis, kendala modal, minimnya kemampuan penyusunan laporan keuangan, infrastruktur yang kurang memadai, ketiadaan jaminan, rendahnya kualitas produksi, keterbatasan teknologi, peraturan yang kompleks, praktik korupsi, rendahnya akses pasar, motivasi pelaku usaha yang rendah, keterbatasan akses informasi, serta lemahnya kompetensi sumber daya manusia. Tantangan yang dihadapi UKM juga mencakup kegagalan bersaing di pasar internasional, manajemen rantai pasok yang lemah, kesulitan penggunaan teknologi, keterbatasan bahan baku, serta rendahnya tingkat pendaftaran usaha.

Tiongkok menjadi salah satu contoh negara yang berhasil memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan perekonomiannya. Data yang dirilis Bain & Co dan dikutip oleh Annabeth Leow menunjukkan bahwa setelah UKM di Tiongkok melakukan digitalisasi, persentase Produk Domestik Bruto (PDB) negara tersebut meningkat hingga 16 persen. Keberhasilan ini tidak

lepas dari kebijakan pemerintah Tiongkok yang menganggap UKM sebagai aset penting yang perlu dijaga keberlanjutannya. Bentuk dukungan tersebut meliputi kemudahan akses pembiayaan, keringanan pajak, serta pelatihan sumber daya manusia. Upaya ini diperkuat melalui kerja sama antara pemerintah Tiongkok, United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), dan Alibaba Group untuk meningkatkan kapasitas pembangunan UKM (Leow 2018).

Di Indonesia, UKM memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Peningkatan jumlah UKM terlihat jelas sejak krisis moneter 1998, di mana jumlahnya melonjak dari sekitar 7.000 pada 1980 menjadi 40 juta pada 2001, dan kembali meningkat menjadi 49,84 juta pada 2007. Berdirinya UKM dipicu oleh beragam latar belakang, seperti tuntutan ekonomi, keterbatasan lapangan kerja, dan minimnya keterampilan, hingga motivasi untuk mengembangkan diri. Namun, tidak semua UKM mampu bertahan. Sebagian tumbuh dan berkembang, sebagian lainnya stagnan, bahkan gulung tikar. Oleh karena itu, pelaku UKM dituntut untuk menjaga keberlanjutan bisnis (*business sustainability*) melalui evaluasi berkala terhadap pencapaian usaha, adaptasi terhadap perkembangan terkini, evaluasi kebijakan, serta pengembangan jejaring bisnis (Kuncoro 2006).

Secara umum, keberlanjutan bisnis UKM kerap terhambat oleh faktor internal seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya manajemen keuangan, teknik produksi yang masih manual, strategi pemasaran yang kurang efektif, dan kepemimpinan yang lemah. (Kuncoro 2006) menegaskan bahwa permasalahan UKM disebabkan oleh keterampilan yang rendah, kurangnya jiwa kepemimpinan, minimnya penguasaan teknologi, serta keterbatasan informasi pasar. Sementara itu, secara eksternal, persaingan usaha yang semakin ketat menjadi tantangan tersendiri.

Pemerintah Indonesia telah memberikan dukungan terhadap UKM melalui berbagai instansi, seperti Kementerian Perindustrian dan Perdagangan serta Dinas Koperasi dan UKM. Bentuk bantuan tersebut mencakup pelatihan, pendampingan, dan kemudahan akses permodalan. Pelaku UKM diharapkan mampu memanfaatkan fasilitas ini secara efektif. Selain itu, saat ini juga banyak bermunculan komunitas bisnis yang berfungsi sebagai wadah interaksi antar pelaku usaha untuk saling berbagi pengalaman, memperluas jaringan, dan mendorong keberlanjutan bisnis.

Keberagaman individu dalam komunitas bisnis menciptakan berbagai tipe kepribadian. Salah satu model yang digunakan untuk memahami kepribadian adalah Big Five Personality Traits. (Caprara, Alessandri, and Eisenberg 2012) menekankan bahwa dimensi agreeableness memiliki pengaruh positif terhadap perilaku prososial. Individu dengan tingkat agreeableness tinggi cenderung bersikap hangat, menjalin hubungan sosial yang baik, penuh kasih sayang, dan suka membantu orang lain (LePine and Dyne 2001). Oleh karena itu, *community agreeableness* diharapkan dapat memperkuat keberlangsungan komunitas bisnis yang dibentuk oleh UKM.

Interaksi dalam komunitas bisnis dapat mendorong praktik berbagi pengetahuan (*knowledge donating*), yang berperan penting dalam mempertahankan keunggulan kompetitif jangka panjang. Hsu (2008) menyatakan bahwa berbagi pengetahuan, jika dikelola dengan baik, dapat meningkatkan kinerja organisasi. Lebih jauh, *knowledge donating* berkontribusi pada pembentukan modal manusia (*human capital*) yang unggul, sehingga mampu meningkatkan produktivitas dan menjaga keberlanjutan bisnis. Modal manusia yang berkualitas akan mendukung perekonomian dalam mengadopsi teknologi baru dan mendorong inovasi (De La Fuente 2011).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji Efektivitas Human Capital dalam Memediasi Community Agreeableness dan Knowledge Donating terhadap Business Sustainability.

B. Metodologi

Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research*. Penelitian *explanatory* dipilih karena sesuai untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel melalui pengujian hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2015)

Populasi penelitian adalah para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Grobogan yang tergabung dalam komunitas bisnis. Karena jumlah populasi tidak diketahui, penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi tak terbatas. Hasil perhitungan menunjukkan jumlah sampel minimum sebesar 96,04, sehingga dibulatkan menjadi 100 responden (Lemeshow 1997)

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pelaku UKM yang telah menjalankan usaha minimal dua tahun serta tergabung dalam komunitas bisnis dengan aktivitas knowledge donating. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data yang sesuai dengan fokus penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, karena seluruh informasi penelitian diolah dalam bentuk angka untuk kemudian dianalisis secara statistik. Sumber data terdiri dari data primer, yaitu jawaban responden atas kuesioner yang disebarluaskan secara daring, dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan topik penelitian (Sugiyono 2015)

Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Instrumen tersebut dibuat dalam format Google Form agar mudah diakses oleh responden. Skala pengukuran menggunakan Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”, untuk menangkap tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan penelitian (Sugiyono 2019)

Definisi operasional variabel terdiri dari community agreeableness, knowledge donating, human capital, dan business sustainability. Community agreeableness diukur melalui kerjasama tim, pengambilan keputusan bersama, toleransi, dan kepercayaan (Prameswari & Winarsih, 2021). Knowledge donating diukur dengan indikator memberi masukan, berbagi informasi baru, menyelesaikan masalah secara kolektif, dan menemukan ide baru (Chen et al. 2006). Human capital direpresentasikan melalui keterampilan kerja, kemampuan komunikasi, kesehatan, serta sikap dalam melayani pelanggan (Fattah 2000) Sementara itu, business sustainability diukur dengan pertumbuhan usaha, daya tahan terhadap persaingan, responsivitas terhadap perubahan, serta kemampuan mengembangkan (Bansal and Roth 2000)

Sebelum dilakukan analisis, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas digunakan untuk memastikan setiap butir pertanyaan mampu mengukur konstruk variabel, sedangkan reliabilitas menguji konsistensi jawaban responden. Analisis dilakukan dengan uji korelasi item-total dan Cronbach's Alpha. Selain itu, uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan kelayakan model analisis (Ghozali 2016)

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis) dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Analisis jalur dipilih karena mampu menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel. Untuk menguji peran mediasi human capital, dilakukan pula uji Sobel sebagai analisis tambahan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil penelitian

Gambaran Umum Responden

Berdasarkan tabel-tabel berikut profil responden berdasarkan jenis kelamin, Usia, pendidikan terakhir, dan lama mendirikan usaha :

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Pria	43	43%
Wanita	57	57%
Total	100	100%

Tabel 2. Usia responden

Usia	Frekuensi	Presentase
20-25 tahun	76	76%
26-30 tahun	18	18%
31-35 tahun	2	2%
Lebih dari 35 tahun	4	4%
Jumlah	100	100%

Tabel 3. Pendidikan terakhir responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
SLTP / Sederajat	17	17%

SLTA / Sederajat	18	18%
Diploma	22	22%
Sarjana (S1)	43	43%
Jumlah	100	100%

Tabel 4. Responden berdasarkan lama mendikan usaha

Lama Mendirikan Usaha	Frekuensi	Presentase
3-6 tahun	76	76%
7-10 tahun	18	18%
Lebih dari 10 tahun	6	6%
Jumlah	100	100%

Penelitian ini melibatkan 100 pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Grobogan yang tergabung dalam komunitas bisnis. Berdasarkan karakteristik demografi, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (57%), dengan kelompok usia dominan 20–25 tahun (76%). Sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir Sarjana (43%) dan lama usaha antara 3–6 tahun (76%). Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UKM di wilayah tersebut didominasi generasi muda dengan latar belakang pendidikan tinggi, yang relatif masih baru dalam menjalankan usahanya, namun memiliki potensi besar untuk berkembang.

Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 5. Rata-rata skor variabel Penelitian

Variabel	Kategori	Rata Rata skor	Indikstor tertinggi
Community Agreeableness	Cukup	3,12	“Membangun kepercayaan dengan tim” (3,38)
Knowledge Donating	Cukup	2,97	“Berbagi hal baru dengan perusahaan lain” (3,15)
Human Capital	Cukup	3,11	“Berkomunikasi dengan bail” (3,17)
Business Sustainability	Cukup	3,33	“Produksi berkelanjutan” (3,68)

Semua variabel berada di kategori cukup, dengan indikator tertinggi pada dimensi kepercayaan, berbagi pengetahuan baru, komunikasi yang baik, dan produksi berkelanjutan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 6. Ringkasan Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Community Agreeableness</i>	0.694	Reliabel
<i>Knowledge Donating</i>	0.818	Reliabel
<i>Human Capital</i>	0.797	Reliabel
<i>Business Sustainability</i>	0.613	Reliabel

Seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid (r hitung $>$ r tabel) dan reliabel (Cronbach's Alpha $>$ 0,6) pada semua variabel, yang berarti alat ukur dapat digunakan secara konsisten untuk menilai responden.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal (sig. 0,200 $>$ 0,05). Tidak ditemukan masalah multikolinearitas (Tolerance $>$ 0,1 dan VIF $<$ 10) maupun heterokedastisitas (sig. $>$ 0,05), sehingga data memenuhi prasyarat untuk analisis regresi.

Analisis Regres

Model 1: Pengaruh X1 dan X2 terhadap Y

Community Agreeableness \rightarrow Human Capital ($\beta = 0,532$; sig = 0,000)

Knowledge Donating → Human Capital ($\beta = 0,325$; sig = 0,006)
 $R^2 = 0,690$ (69% variasi Human Capital dijelaskan oleh X1 dan X2).

Model 2: Pengaruh X1, X2, dan Y terhadap Z

Community Agreeableness → Business Sustainability ($\beta = 0,309$; sig = 0,024)

Knowledge Donating → Business Sustainability ($\beta = 0,425$; sig = 0,001)

Human Capital → Business Sustainability ($\beta = 0,085$; sig = 0,439; tidak signifikan)

$R^2 = 0,651$ (65,1% variasi Business Sustainability dijelaskan oleh X1, X2, dan Y).

Hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal (sig. 0,200 > 0,05). Tidak ditemukan masalah multikolinearitas (Tolerance > 0,1 dan VIF < 10) maupun heterokedastisitas (sig. > 0,05), sehingga data memenuhi prasyarat untuk analisis regresi.

Koefisien Determinasi

Community Agreeableness dan Knowledge Donating menjelaskan 69% variasi Human Capital, sedangkan kedua variabel tersebut bersama Human Capital menjelaskan 65,1% variasi Business Sustainability.

Uji Sobel

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa Human Capital tidak mampu memediasi pengaruh Community Agreeableness maupun Knowledge Donating terhadap Business Sustainability. Artinya, kesepakatan dalam komunitas bisnis dan aktivitas berbagi pengetahuan sudah cukup menjaga keberlangsungan usaha tanpa harus melalui peran modal manusia sebagai perantara

2. Pembahasan

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa Community Agreeableness memiliki peran penting dalam membentuk Human Capital. Kesepakatan bersama dalam komunitas bisnis mendorong terjadinya interaksi positif antar anggota, yang pada akhirnya meningkatkan keterampilan dan kemampuan pelaku usaha. Temuan ini mendukung penelitian (Bekkers 2006) yang menunjukkan adanya hubungan kuat antara kesepakatan bersama dan modal manusia.

Knowledge Donating juga terbukti memperkuat Human Capital. Aktivitas berbagi pengetahuan antar pelaku UKM tidak hanya memberikan manfaat bagi penerima informasi, tetapi juga memperkaya pengetahuan pemberi. Hal ini sejalan dengan temuan (Attar 2018) yang menyatakan bahwa berbagi pengetahuan memengaruhi intellectual capital, termasuk human capital.

Dalam kaitannya dengan Business Sustainability, baik Community Agreeableness maupun Knowledge Donating berpengaruh positif dan signifikan. Pelaku usaha yang mampu membangun kesepakatan dan intens berbagi pengetahuan lebih mampu menjaga keberlangsungan bisnisnya. Hasil ini sejalan dengan Prameswari (2021) yang menegaskan bahwa sifat agreeableness dan praktik berbagi pengetahuan dalam komunitas bisnis berkontribusi pada kinerja dan keberlanjutan usaha.

Namun, hasil berbeda ditemukan pada pengaruh Human Capital terhadap Business Sustainability yang tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan sumber daya manusia di kalangan pelaku UKM belum menjadi faktor dominan untuk mempertahankan bisnis. Kemungkinan penyebabnya adalah keterbatasan modal, pengalaman, atau fokus pelaku UKM yang lebih pada strategi adaptif ketimbang investasi pada peningkatan keterampilan. Temuan ini sejalan dengan yang menemukan bahwa modal manusia tidak selalu berpengaruh langsung terhadap keberlangsungan usaha.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Community Agreeableness dan Knowledge Donating memiliki peran signifikan dalam meningkatkan Human Capital pada pelaku UKM di Kabupaten Grobogan. Temuan ini menegaskan bahwa kesepakatan dan keterbukaan antar anggota komunitas mampu memperkuat hubungan kerja, mendorong kolaborasi, dan membentuk kapasitas sumber daya manusia yang lebih adaptif. Selain itu, kedua variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Business Sustainability, yang berarti pelaku usaha yang mampu membangun jejaring sosial yang solid dan berbagi pengetahuan secara konsisten cenderung memiliki keberlanjutan bisnis yang lebih baik. Namun, Human Capital tidak terbukti

memberikan pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan bisnis, yang mengindikasikan bahwa faktor lain seperti strategi pemasaran, inovasi produk, dan modal finansial mungkin lebih dominan dalam menjaga kelangsungan usaha. Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran bahwa penguatan iklim kerja sama dan budaya berbagi pengetahuan di kalangan UKM dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, khususnya pada sektor yang rentan terhadap perubahan pasar.

E. Referensi

- Attar, M. 2018. *Organisational Culture, Knowledge Sharing and Intellectual Capital: Directions for Future Research*. International Business Information Management Association.
- Bansal, P., and K. Roth. 2000. "Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness." *Academy of Management Journal* 43(4), 717–36.
- Bekkers, R. 2006. "Traditional and Health-Related Philanthropy: The Role of Resources and Personality." *Social Psychology Quarterly* 69(4), 349–66.
- Caprara, G. V., G. Alessandri, and N. Eisenberg. 2012. "Prosociality: The Contribution of Traits, Values, and Self Efficacy Beliefs." *Journal of Personality and Social Psychology* 102(2), 1289–1303.
- Chen, S., Y. Duan, J. S., Edwards, & B. Lehaney. 2006. "Toward Understanding Inter-Organizational Knowledge Transfer Needs in SMEs: Insight from a UK Investigation." *Journal of Knowledge Management* 10(3), 6–23.
- Fahriyah, A., and R. Yoseph. 2020. "Keunggulan kompetitif spesial sebagai strategi keberlanjutan UKM di Era New Normal." *Prosiding Seminar Stiami* 7(2), 104–10.
- Fattah, Nanang. 2000. "Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan. Rosda."
- Fuente, A. 2011. "Human Capital and Productivity: Barcelona Graduate School of Economics. Available at <http://ideas.repec.org/p/bge/wpaper/530.html>." Diunduh pada.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lemeshow, S. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press Yogyakarta.
- Leow, Annabeth. 2018. "SMEs Can Lift Asean GDP by US\$1.1t with Tech Adoption: Bain." *Business Times*. <https://www.businesstimes.com.sg/top-stories/smes-can-lift-asean-gdp-by-us11t-with-techadoption-bain>.
- LePine, J. A., and L. Dyne. 2001. "Voice and Cooperative Behavior as Contrasting Forms of Contextual Performance: Evidence of Differential Relationships with Big Five Personality Characteristics and Cognitive Ability." *Journal of Applied Psychology* 86(2), 326–36.
- M, Kuncoro. 2006. "Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif."
- Prameswari, D. 2021. "Business Sustainability Improvement Model Through Community Capacity Building in Community of Creative Economy Grobogan." *JMBPreneur: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan* 1(02), 41–47.
- Sheffield, Jim, Andrey Korotayev, and Leonid Grinin. 2013. "Globalization as a Link Between The Past and The Future", Dalam *Globalization: Yesterday, Today, and Tomorrow*. United States of America. <https://www.hse.ru/data/2013/05/23/1299088719/Globalization.pdf>.
- Sugiyono. 2015. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B." in Cet. VII. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.