

Modal sosial dan kearifan lokal sebagai sumber inovasi pada umkm perempuan: Sebuah *systematic literature review*

Milastri Muzakkar

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bakrie, Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran modal sosial dan kearifan lokal sebagai sumber inovasi pada UMKM perempuan. Kajian menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) dengan protokol PRISMA 2020. Pencarian dilakukan pada Scopus, ScienceDirect, dan Google Scholar untuk publikasi 2020–2026; dari 50 artikel yang teridentifikasi, 8 artikel memenuhi kriteria inklusi dan dianalisis menggunakan thematic analysis enam tahap Braun dan Clarke (2006). Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berperan sebagai sumber akses terhadap informasi, pengetahuan, kolaborasi, dan dukungan komunitas yang mendorong munculnya inovasi pada UMKM perempuan, sementara kearifan lokal berfungsi sebagai sumber diferensiasi melalui pemanfaatan pengetahuan tradisional, nilai budaya, serta sumber daya lokal dalam penciptaan produk, proses, dan model bisnis baru. Sintesis penelitian menunjukkan bahwa keduanya memiliki hubungan yang saling melengkapi, di mana modal sosial menjadi mekanisme yang memungkinkan pertukaran dan pengembangan pengetahuan lokal menjadi inovasi bernilai ekonomi.

Kata Kunci: Modal Sosial, Kearifan Lokal, Inovasi, UMKM Perempuan, Kewirausahaan Perempuan, Systematic Literature Review

ABSTRACT

This study analyzes the role of social capital and local wisdom as sources of innovation in women-owned MSMEs using a Systematic Literature Review (SLR) approach guided by the PRISMA 2020 protocol. Searches were conducted in Scopus, ScienceDirect, and Google Scholar for publications between 2020 and 2026; of 50 records identified, 8 articles met the inclusion criteria and were analyzed using the six-phase thematic analysis of Braun and Clarke (2006). The findings indicate that social capital contributes to innovation by providing access to information, knowledge exchange, collaboration, and community support, while local wisdom serves as a source of differentiation through traditional knowledge, cultural values, and local resources in developing products, processes, and business models. The synthesis reveals complementary roles, in which social capital enables the transformation of local knowledge into valuable innovation.

Keywords: Social Capital, Local Wisdom, Innovation, Women-Owned MSMEs, Women Entrepreneurship, Systematic Literature Review

Histori Artikel:

Diterima: 7 Juli 2026, direvisi: 18 Agustus 2026, disetujui: 21 Agustus 2026, dipublikasikan 28 Agustus 2026

*Penulis Korespondensi:

milamuzakkar@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.60036/c220d934>

PENDAHULUAN

Perubahan ekonomi global, perkembangan teknologi digital, serta meningkatnya kompleksitas perilaku konsumen telah menciptakan lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Dalam kondisi tersebut, kemampuan organisasi untuk menghasilkan inovasi menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan membangun keunggulan kompetitif. Inovasi tidak lagi dipahami secara sempit sebagai penciptaan produk baru, tetapi mencakup berbagai bentuk pembaruan yang memungkinkan organisasi menciptakan nilai, seperti inovasi produk, proses, pemasaran, layanan, maupun model bisnis (OECD/Eurostat, 2018).

Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), inovasi memiliki peran yang semakin strategis karena sektor ini menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya, tekanan kompetisi, perubahan teknologi, serta perubahan preferensi konsumen yang berlangsung cepat. Berbeda dengan perusahaan besar yang umumnya memiliki kapasitas finansial dan sumber daya penelitian yang lebih kuat, UMKM sering kali mengembangkan inovasi melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitarnya, seperti pengalaman usaha, hubungan sosial, pengetahuan komunitas, serta kreativitas dalam membaca kebutuhan pasar.

Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan nasional. Jumlah UMKM tercatat lebih dari 64 juta unit usaha, dengan kontribusi sekitar 61 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta serapan tenaga kerja sekitar 97 persen. Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan dan daya saing UMKM tidak hanya berdampak pada perkembangan usaha secara individual, tetapi juga berhubungan dengan pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan ekonomi yang lebih inklusif.

Namun demikian, keterbatasan sumber daya sering menjadi hambatan utama bagi UMKM dalam melakukan inovasi. Oleh karena itu, inovasi pada UMKM tidak selalu identik dengan investasi teknologi tinggi, tetapi dapat berkembang melalui kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan nilai baru berdasarkan sumber daya yang dimiliki. Pengembangan produk berbasis kebutuhan konsumen, pemanfaatan teknologi digital, penguatan hubungan dengan pelanggan, pengembangan jaringan bisnis, serta pengolahan potensi lokal merupakan beberapa bentuk inovasi yang dapat meningkatkan daya saing UMKM.

Kajian mengenai inovasi UMKM perempuan sejauh ini berkembang dalam dua arus yang relatif terpisah. Arus pertama menempatkan inovasi sebagai keluaran dari peningkatan kapasitas individu, akses permodalan, dan adopsi teknologi digital. Arus kedua, yang berkembang dalam sosiologi ekonomi dan kajian pembangunan, menyoroti peran jaringan sosial dan pengetahuan komunitas dalam aktivitas ekonomi perempuan, tetapi jarang menghubungkannya secara eksplisit dengan luaran inovasi. Akibatnya, belum tersedia sintesis yang menjelaskan bagaimana modal sosial dan kearifan lokal bekerja bersama sebagai sumber inovasi pada UMKM perempuan. Kesenjangan inilah yang hendak diisi oleh kajian ini. Berdasarkan kesenjangan tersebut, kajian ini diarahkan untuk menjawab tiga pertanyaan penelitian: (1) bagaimana peran modal sosial dalam mendukung proses inovasi pada UMKM perempuan; (2) bagaimana kearifan lokal dimanfaatkan sebagai sumber inovasi pada UMKM perempuan; dan (3) bagaimana hubungan antara modal sosial dan kearifan lokal dalam membentuk karakteristik inovasi UMKM perempuan. Kontribusi kajian ini bersifat teoretis dan praktis. Secara teoretis, kajian ini menautkan *social capital theory* dengan *resource-based view* untuk menjelaskan sumber inovasi yang bersifat non-finansial. Secara praktis, kajian ini menawarkan dasar bagi perancangan program pendampingan UMKM perempuan yang berbasis komunitas, bukan semata berbasis pelatihan individual.

TINJAUAN PUSTAKA

Inovasi pada UMKM

Inovasi adalah salah satu konsep utama dalam kajian kewirausahaan dan manajemen strategis karena berkaitan dengan kemampuan organisasi dalam menciptakan nilai baru serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Schumpeter (1934) menjadi salah satu tokoh awal yang menjelaskan inovasi sebagai proses menciptakan kombinasi baru (*new combinations*) yang dapat menghasilkan perubahan ekonomi. Dalam perspektif Schumpeter, inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pengembangan metode produksi baru, pembukaan pasar baru, pemanfaatan sumber bahan baku baru, serta perubahan dalam struktur organisasi bisnis.

Dalam perkembangannya, inovasi dipahami sebagai proses menciptakan nilai baru melalui pengembangan ide, produk, layanan, atau proses yang berbeda dari sebelumnya dan memberikan manfaat yang signifikan (Lantana, 2025). Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan teknologi canggih, tetapi juga mencakup segala bentuk perubahan yang menghasilkan peningkatan dalam efektivitas, efisiensi, atau pengalaman pengguna. Dalam konteks bisnis dan sosial, inovasi menjadi kunci daya saing dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Dalam konteks UMKM, inovasi memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan besar. Keterbatasan modal, teknologi, sumber daya manusia, dan kapasitas penelitian menyebabkan UMKM sering kali tidak dapat mengandalkan investasi teknologi besar sebagai sumber utama inovasi. Sebaliknya, UMKM cenderung mengembangkan inovasi melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia di lingkungan internal maupun eksternal, seperti pengalaman usaha, hubungan dengan pelanggan, jaringan sosial, pengetahuan komunitas, serta kreativitas dalam memanfaatkan sumber daya lokal.

Pandangan tersebut sejalan dengan pendekatan *Resource-Based View* (RBV) yang menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif organisasi tidak hanya ditentukan oleh sumber daya finansial dan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengidentifikasi dan mengelola sumber daya strategis yang bernilai, sulit ditiru, dan mampu menciptakan keunggulan kompetitif (Barney, 1991). Dalam konteks UMKM, sumber daya strategis tersebut dapat berbentuk aset tidak berwujud (*intangible resources*), seperti kepercayaan dalam komunitas, hubungan sosial, pengetahuan lokal, maupun identitas budaya yang melekat pada produk dan layanan.

Modal Sosial sebagai Sumber Daya Inovasi

Perempuan sebagai pelaku UMKM sering mengembangkan usaha melalui jaringan komunitas, hubungan keluarga, kelompok sosial, serta pemanfaatan pengalaman dan pengetahuan yang berkembang di lingkungan lokal. Oleh karena itu, memahami inovasi pada UMKM perempuan membutuhkan pendekatan yang tidak hanya melihat faktor ekonomi dan teknologi, tetapi juga mempertimbangkan sumber daya sosial dan budaya yang menjadi bagian dari ekosistem usaha mereka.

Modal sosial merupakan salah satu bentuk sumber daya tidak berwujud yang memiliki peran penting dalam menjelaskan bagaimana individu maupun organisasi memperoleh akses terhadap informasi, pengetahuan, dukungan, dan peluang melalui hubungan sosial yang dimiliki. Berbeda dengan modal ekonomi yang berbentuk aset finansial dan material, modal sosial berkembang melalui jaringan hubungan, kepercayaan, norma, serta kemampuan individu atau kelompok dalam membangun kerja sama dengan pihak lain.

Bourdieu (1986) menjelaskan bahwa modal sosial merupakan kumpulan sumber daya aktual maupun potensial yang berkaitan dengan kepemilikan jaringan hubungan yang bertahan lama. Dalam perspektif Bourdieu, jaringan sosial memberikan individu atau kelompok akses terhadap berbagai sumber daya yang tidak dapat diperoleh secara mandiri. Dengan demikian,

hubungan sosial bukan hanya menjadi aspek relasional, tetapi juga menjadi sumber kekuatan yang dapat meningkatkan kapasitas ekonomi dan sosial seseorang.

Menurut Coleman (1988), kepercayaan, kewajiban sosial, norma, dan jaringan memungkinkan terjadinya koordinasi dan kerja sama yang lebih efektif. Putnam (1993) melengkapi perspektif tersebut dengan membedakan modal sosial yang bersifat *bonding* (ikatan internal kelompok) dan *bridging* (jembatan lintas kelompok), perbedaan yang relevan untuk memahami mengapa sebagian UMKM perempuan mampu keluar dari pasar komunitas sementara sebagian lain tidak. Dalam konteks kewirausahaan, modal sosial memungkinkan pelaku usaha memperoleh informasi pasar, membangun hubungan dengan pelanggan, mendapatkan dukungan dari komunitas, serta mengurangi keterbatasan sumber daya yang sering dihadapi oleh usaha kecil.

Bagi UMKM perempuan, modal sosial memiliki peran yang semakin penting karena aktivitas kewirausahaan perempuan sering berkembang melalui relasi sosial yang dekat dengan komunitas. Berbagai usaha yang dikelola perempuan tidak hanya dibangun berdasarkan pertimbangan ekonomi, tetapi juga melalui hubungan keluarga, komunitas lokal, kelompok perempuan, organisasi masyarakat, maupun jaringan informal lainnya. Melalui hubungan tersebut, perempuan memperoleh akses terhadap informasi, dukungan moral, sumber daya produktif, serta peluang kolaborasi yang dapat memperkuat kemampuan inovasi usaha.

Dalam konteks inovasi, modal sosial memungkinkan UMKM perempuan mengembangkan berbagai bentuk pembaruan, seperti inovasi produk melalui pertukaran ide dengan pelanggan dan komunitas, inovasi pemasaran melalui jaringan sosial, inovasi proses melalui pembelajaran antar pelaku usaha, serta inovasi sosial melalui penyelesaian masalah berbasis komunitas. Dengan demikian, inovasi pada UMKM perempuan tidak hanya berasal dari kemampuan individu, tetapi juga dari kemampuan mereka dalam membangun dan memanfaatkan hubungan sosial sebagai sumber daya strategis.

Kearifan Lokal sebagai Sumber Inovasi

Kearifan lokal merupakan salah satu bentuk pengetahuan yang berkembang dalam suatu komunitas melalui proses interaksi sosial, pengalaman kolektif, serta hubungan manusia dengan lingkungan sekitarnya. Kearifan lokal tidak hanya berkaitan dengan tradisi atau budaya yang diwariskan secara turun-temurun, tetapi juga mencakup nilai, norma, keterampilan, praktik produksi, pengetahuan ekologis, serta cara masyarakat dalam menyelesaikan berbagai persoalan berdasarkan pengalaman lokal.

Warren, Slikkerveer, dan Brokensha (1995) menjelaskan bahwa pengetahuan lokal (*indigenous knowledge*) merupakan kumpulan pemahaman, keterampilan, dan filosofi yang dikembangkan oleh masyarakat berdasarkan pengalaman panjang dalam menghadapi lingkungan sosial, ekonomi, dan alamnya. Pengetahuan tersebut memiliki karakteristik kontekstual karena terbentuk dari kebutuhan nyata masyarakat tertentu. Oleh karena itu, pengetahuan lokal tidak dapat dipandang sebagai pengetahuan tradisional yang statis, tetapi sebagai sumber daya dinamis yang dapat dikembangkan dan dikombinasikan dengan pengetahuan baru. Ray (1998) menegaskan bahwa identitas budaya suatu wilayah dapat dikapitalisasi menjadi nilai ekonomi melalui strategi pembangunan berbasis teritorial, sebuah mekanisme yang menjelaskan bagaimana kearifan lokal berpindah dari ranah kultural ke ranah pasar.

Dalam konteks inovasi UMKM, kearifan lokal dapat menjadi sumber inspirasi dalam menciptakan nilai baru. Berbeda dengan pendekatan inovasi yang hanya menekankan teknologi modern, inovasi berbasis kearifan lokal berkembang melalui proses penggabungan antara pengetahuan tradisional dengan kebutuhan pasar kontemporer. Misalnya, pelaku UMKM dapat mengembangkan produk berbasis budaya lokal, menggunakan bahan baku khas daerah,

mengadaptasi teknik produksi tradisional, maupun menciptakan strategi pemasaran yang mengangkat identitas budaya sebagai nilai diferensiasi.

Bagi UMKM perempuan, kearifan lokal memiliki posisi yang semakin penting karena banyak aktivitas kewirausahaan perempuan berkembang melalui kedekatan mereka dengan lingkungan sosial dan budaya. Perempuan sering kali memiliki peran penting dalam menjaga, mentransmisikan, dan mengembangkan pengetahuan lokal, khususnya dalam sektor-sektor seperti pangan tradisional, kerajinan, fesyen berbasis budaya, produk kreatif, maupun usaha berbasis komunitas.

Pemanfaatan kearifan lokal juga memungkinkan UMKM perempuan menciptakan inovasi yang memiliki karakteristik berbeda dari inovasi berbasis teknologi semata. Produk yang dikembangkan tidak hanya menawarkan nilai ekonomi, tetapi juga membawa identitas budaya, nilai sosial, serta hubungan emosional dengan konsumen. Hal tersebut dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif karena identitas lokal memiliki karakteristik yang sulit ditiru oleh pesaing. Selain menghasilkan inovasi ekonomi, kearifan lokal juga berkontribusi terhadap munculnya inovasi sosial melalui pemanfaatan nilai budaya seperti gotong royong, solidaritas komunitas, dan keberlanjutan lingkungan.

UMKM Perempuan: Modal Sosial dan Kearifan Lokal dalam Proses Inovasi

Di Indonesia khususnya, aktivitas bisnis perempuan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh konteks sosial tempat usaha tersebut berkembang. Perempuan sering membangun usaha melalui hubungan keluarga, komunitas, kelompok perempuan, jaringan pelanggan, maupun organisasi lokal. Hubungan tersebut memberikan akses terhadap informasi, dukungan emosional, sumber daya, serta peluang kolaborasi yang dapat memperkuat kapasitas usaha.

Dalam konteks inovasi, modal sosial berperan sebagai mekanisme yang memungkinkan terjadinya proses pembelajaran dan pertukaran pengetahuan. Menurut Nahapiet dan Ghoshal (1998), inovasi organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam menciptakan dan mengombinasikan pengetahuan baru. Proses tersebut tidak hanya terjadi melalui aktivitas formal penelitian dan pengembangan, tetapi juga melalui interaksi sosial antarindividu maupun kelompok. Perspektif ini konsisten dengan gagasan Lundvall (1992) bahwa inovasi merupakan hasil pembelajaran interaktif yang tertanam dalam relasi sosial, bukan keluaran laboratorium yang terisolasi. Bagi UMKM perempuan, interaksi dengan pelanggan, komunitas, pemasok, dan sesama pelaku usaha dapat menjadi sumber informasi yang membantu perempuan memahami kebutuhan pasar, menemukan solusi kreatif, dan menghasilkan inovasi yang relevan.

Hubungan antara modal sosial dan kearifan lokal dalam proses inovasi dapat dipahami melalui perspektif bahwa inovasi merupakan proses sosial yang terjadi melalui interaksi antara pengetahuan, individu, dan lingkungan. Modal sosial menyediakan mekanisme hubungan yang memungkinkan pengetahuan lokal dipertukarkan, dikembangkan, dan dikombinasikan dengan ide baru. Sementara itu, kearifan lokal menyediakan konten pengetahuan dan nilai yang dapat dikembangkan menjadi inovasi. Dengan kata lain, modal sosial berperan sebagai *enabler* yang memungkinkan kearifan lokal dimanfaatkan sebagai sumber inovasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis hasil penelitian terdahulu mengenai peran modal sosial dan kearifan lokal sebagai sumber inovasi pada UMKM perempuan. Menurut Snyder (2019), SLR merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasikan seluruh penelitian relevan yang berkaitan dengan suatu pertanyaan penelitian tertentu. Proses penelitian mengacu pada tahapan SLR yang

dikembangkan oleh Tranfield, Denyer, dan Smart (2003) serta pelaporan berdasarkan *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) 2020 (Page et al., 2021).

Kajian ini tidak diregistrasikan pada PROSPERO maupun OSF; protokol pencarian dan kriteria seleksi disusun sebelum pencarian dilakukan dan didokumentasikan secara lengkap pada bagian ini agar proses kajian dapat direplikasi.

Pertanyaan Penelitian

Kajian ini diarahkan untuk menjawab tiga pertanyaan utama: (1) Bagaimana peran modal sosial dalam mendukung proses inovasi pada UMKM perempuan? (2) Bagaimana kearifan lokal dimanfaatkan sebagai sumber inovasi pada UMKM perempuan? (3) Bagaimana hubungan antara modal sosial dan kearifan lokal dalam membentuk karakteristik inovasi UMKM perempuan?

Strategi Pencarian Literatur

Pencarian literatur dilakukan pada tiga basis data, yaitu Scopus, ScienceDirect, dan Google Scholar. Pencarian dilaksanakan pada [tanggal, bulan, tahun pencarian] dan dibatasi pada publikasi tahun 2020–2026 serta artikel berbahasa Indonesia dan Inggris. Pencarian tambahan dilakukan melalui penelusuran daftar pustaka artikel terpilih (*backward snowballing*). Rangkaian kata kunci disusun menggunakan operator Boolean sebagai berikut:

("women entrepreneur*" OR "women entrepreneurship" OR "women-owned MSME*" OR "women SME*" OR "UMKM perempuan") AND ("social capital" OR "modal sosial" OR "local wisdom" OR "indigenous knowledge" OR "local knowledge" OR "kearifan lokal") AND ("innovation" OR "business innovation" OR "inovasi")

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi meliputi: (a) artikel yang membahas UMKM atau usaha mikro dan kecil; (b) terbit pada rentang 2020–2026; (c) menempatkan perempuan sebagai pelaku usaha; (d) membahas inovasi produk, proses, pemasaran, sosial, atau model bisnis; dan (e) membahas modal sosial, jejaring, komunitas, budaya, atau pengetahuan lokal. Ditambahkan pula kriteria (f) artikel merupakan laporan penelitian atau laporan program yang menyajikan temuan lapangan secara eksplisit, sehingga temuannya dapat diekstraksi dan diverifikasi.

Kriteria eksklusi meliputi: artikel yang berfokus pada perusahaan besar; terbit di luar rentang 2020–2026; tidak membahas perspektif perempuan; tidak menyajikan luaran inovasi dalam bentuk apa pun (produk, proses, pemasaran, model bisnis, atau inovasi sosial); serta tidak memiliki keterkaitan dengan modal sosial maupun kearifan lokal. Perlu ditegaskan bahwa kriteria eksklusi mengenai "pemberdayaan" pada draf awal berpotensi menimbulkan kerancuan. Kriteria yang diterapkan bukanlah menolak seluruh artikel bertema pemberdayaan, melainkan menolak artikel yang tidak melaporkan luaran inovasi. Dengan rumusan ini, sejumlah artikel program pemberdayaan yang melaporkan penciptaan produk atau model usaha baru tetap memenuhi syarat inklusi, dan konsekuensi metodologisnya dibahas pada bagian keterbatasan.

Proses Seleksi dan Penilaian Kualitas

Seleksi artikel dilakukan melalui empat tahap PRISMA, yaitu *identification* (penghimpunan hasil pencarian dan penghapusan duplikat), *screening* (pemeriksaan judul dan abstrak), *eligibility* (telaah naskah lengkap), dan *included* (penetapan artikel yang dianalisis). Proses penyaringan dilakukan oleh penulis dengan verifikasi ulang pada seluruh artikel yang lolos tahap *screening*; keputusan inklusi pada artikel yang meragukan ditetapkan setelah pembacaan naskah lengkap untuk kedua kalinya. Penyaringan oleh satu penelaah ini diakui sebagai keterbatasan kajian.

Penilaian kualitas artikel dilakukan menggunakan *Mixed Methods Appraisal Tool* (MMAT) yang sesuai untuk korpus dengan desain penelitian beragam. Setiap artikel dinilai atas lima butir sesuai desainnya, mencakup kejelasan pertanyaan penelitian, kesesuaian desain, kelengkapan deskripsi data, ketepatan analisis, dan keterkaitan temuan dengan data yang disajikan.

Ekstraksi dan Analisis Data

Data dari artikel yang memenuhi kriteria diekstraksi berdasarkan sejumlah informasi utama, yaitu nama penulis, tahun publikasi, negara dan konteks wilayah penelitian, sektor usaha, desain dan metode penelitian, jumlah serta karakteristik partisipan, bentuk modal sosial dan/atau kearifan lokal yang diidentifikasi, jenis inovasi yang dihasilkan, dan temuan utama.

Analisis dilakukan menggunakan *thematic analysis* sebagaimana dikembangkan Braun dan Clarke (2006), yang digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola atau tema dalam suatu kumpulan data. Prosesnya berlangsung dalam beberapa tahap. Pertama, hasil penelitian dari setiap artikel dibaca berulang dan dikodekan berdasarkan fokus temuan. Kedua, kode yang memiliki kesamaan makna dikelompokkan menjadi kategori. Ketiga, kategori dibandingkan untuk menemukan tema yang lebih luas. Keempat, tema yang terbentuk ditinjau ulang terhadap kutipan asli guna memastikan keterwakilan data, lalu dinamai dan dilaporkan secara naratif.

Hasil sintesis dikelompokkan ke dalam tiga tema utama: (1) modal sosial sebagai sumber inovasi, mencakup kepercayaan, jejaring, kolaborasi, hubungan komunitas, dan pertukaran pengetahuan; (2) kearifan lokal sebagai sumber inovasi, mencakup pengetahuan tradisional, budaya, sumber daya lokal, keterampilan turun-temurun, dan praktik masyarakat; serta (3) integrasi keduanya dalam proses inovasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Seleksi Artikel

Pencarian awal menghasilkan 50 catatan. Setelah melalui tahapan penyaringan, sebanyak 42 catatan dieliminasi dan 8 artikel ditetapkan sebagai korpus analisis.

Tabel 1. Karakteristik dan Temuan Artikel Terpilih

No	Peneliti (Tahun)	Konteks/ Wilayah	Desain & Metode	Jenis Inovasi	Temuan Utama
1	Firmansyah, Maharani, Naufal, & Fahmi (2025)	Indonesia	Studi kepuustakaan, deskriptif- kualitatif	Produk; pemasaran	Perempuan berkontribusi dalam meningkatkan nilai tambah produk melalui inovasi berbasis kearifan lokal, pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi, serta menunjukkan kemampuan adaptif terhadap pasar modern.
2	Anisah, Irawan, Novitasari, Fatimah, & Khumaimah (2025)	Desa Sendang, Indonesia	Kualitatif (program pemberdayaan)	Produk; sosial	Pelatihan batik eco-printing meningkatkan keterampilan teknis, membentuk kelompok perempuan pembatik, memunculkan kepemimpinan perempuan lokal, dan menumbuhkan kesadaran kolektif atas potensi ekonomi dan ekologis desa.
3	Sanggarwati, Hayati, & Lestari (2025)	Indonesia	Kualitatif (program pemberdayaan)	Produk; model bisnis	Inovasi kuliner berbasis bahan lokal meningkatkan keterampilan pengolahan, desain kemasan,

No	Peneliti (Tahun)	Konteks/ Wilayah	Desain & Metode	Jenis Inovasi	Temuan Utama
					branding, dan perencanaan finansial dasar, sekaligus membentuk komunitas wirausaha perempuan yang saling mendukung.
4	Solikhah, Triana, Wati, & Untari (2024)	Desa Jambu, Trenggalek, Indonesia	Partisipatif, integratif, kolaboratif	Produk; sosial	Optimalisasi bambu melalui pendekatan PIKOLA meningkatkan keterampilan, partisipasi, dan kapasitas kewirausahaan perempuan penerima PKH, serta membuka peluang usaha baru di tingkat desa.
5	Mujiburrahman, Chalid, Suadi, Riski, Fadillah, & Elsa (2025)	Desa Pusong Lama, Aceh, Indonesia	Kualitatif	Model bisnis; sosial	Gerakan ekonomi kreatif berbasis tradisi pesisir meningkatkan pendapatan rumah tangga sekaligus mendorong pemberdayaan sosial perempuan yang kini mengelola produksi, pemasaran, dan keuangan usaha.
6	Rezaei-Moghaddam, Fatemi, Ghafouri, & Golkarfard (2025)	Pedesaan, Iran	Kuantitatif	Proses; sosial	Semangat dan aktivitas kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pemberdayaan perempuan wirausaha; motivasi kewirausahaan, modal sosial, pengetahuan kewirausahaan, dan jaringan sosial turut berpengaruh signifikan.
7	Osei & Zhuang (2020)	Pedesaan, Ghana	Kuantitatif eksplanatori	Sosial	Pertumbuhan kewirausahaan perempuan berhubungan positif dan signifikan dengan pengentasan kemiskinan pedesaan; inovasi sosial dan modal sosial relasional turut berdampak positif.
8	Setini, Yasa, Supartha, Giantari, & Rajiani (2020)	Bali, Indonesia	Kuantitatif, SEM-PLS	Produk; proses	Peningkatan modal sosial yang dikombinasikan dengan konteks budaya mendorong munculnya ide kreatif bagi inovasi, melalui mekanisme berbagi pengetahuan dan keterbukaan terhadap inovasi.

Gambaran Umum Korpus

Dari delapan artikel yang dianalisis, enam berkonteks Indonesia dan dua berkonteks negara lain (Iran dan Ghana). Berdasarkan desain penelitian, tiga artikel menggunakan pendekatan kuantitatif, empat menggunakan pendekatan kualitatif atau partisipatif dalam kerangka program pemberdayaan, dan satu berupa studi kepustakaan. Sebaran ini menunjukkan bahwa kajian mengenai modal sosial dan kearifan lokal sebagai sumber inovasi UMKM

perempuan masih didominasi oleh studi kasus berskala komunitas, sehingga sintesis pada bagian berikut bersifat konseptual dan tidak dimaksudkan sebagai generalisasi statistik.

Modal Sosial sebagai Sumber Inovasi UMKM Perempuan

Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa modal sosial merupakan salah satu sumber daya strategis yang mendukung kemampuan inovasi UMKM perempuan. Modal sosial memberikan akses terhadap berbagai sumber daya yang sering kali sulit diperoleh oleh usaha kecil, seperti informasi pasar, dukungan komunitas, jaringan bisnis, serta peluang kolaborasi.

Temuan penelitian Setini et al. (2020) menunjukkan bahwa modal sosial memiliki hubungan dengan peningkatan kemampuan inovasi perempuan wirausaha melalui mekanisme berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) dan keterbukaan terhadap inovasi (*open innovation*). Hubungan sosial yang terbentuk melalui komunitas, pelanggan, maupun jaringan bisnis memungkinkan perempuan memperoleh perspektif baru yang dapat diterapkan dalam pengembangan produk dan strategi usaha. Temuan Rezaei-Moghaddam et al. (2025) pada konteks pedesaan Iran memperkuat pola tersebut dengan menunjukkan bahwa modal sosial dan jaringan sosial merupakan prediktor signifikan bagi pemberdayaan perempuan wirausaha, sehingga mekanisme ini tampak berlaku lintas konteks negara.

Temuan tersebut sejalan dengan konsep Nahapiet dan Ghoshal (1998) yang menjelaskan bahwa modal sosial memiliki peran penting dalam penciptaan pengetahuan baru melalui interaksi sosial. Dalam konteks UMKM perempuan, keterbatasan sumber daya formal dapat dikompensasi melalui kemampuan membangun hubungan yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengalaman, ide, dan informasi.

Berdasarkan hasil sintesis artikel, terdapat tiga bentuk utama modal sosial yang berperan dalam proses inovasi UMKM perempuan. Pertama, jaringan sosial memungkinkan perempuan memperoleh akses terhadap informasi mengenai kebutuhan konsumen, perkembangan pasar, dan peluang kerja sama. Kedua, kepercayaan dalam hubungan sosial menciptakan lingkungan yang mendukung pertukaran pengetahuan dan kolaborasi. Ketiga, komunitas menjadi ruang pembelajaran bersama yang memungkinkan perempuan meningkatkan keterampilan serta mengembangkan solusi kreatif terhadap permasalahan usaha. Ketiga bentuk tersebut dapat dibaca melalui pembedaan Putnam (1993): jaringan dan kepercayaan dalam komunitas berperan sebagai modal sosial *bonding* yang menopang keberlanjutan usaha, sedangkan hubungan dengan pemasok, pelanggan luar daerah, dan lembaga pendamping berperan sebagai modal sosial *bridging* yang membuka akses pasar baru.

Penelitian Osei dan Zhuang (2020) memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa modal sosial dan kewirausahaan perempuan memiliki keterkaitan dengan inovasi sosial dalam konteks pembangunan masyarakat pedesaan. Modal sosial tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi individu, tetapi juga mampu menciptakan dampak sosial melalui kerja sama komunitas dan pemberdayaan kelompok perempuan.

Kearifan Lokal sebagai Sumber Inovasi UMKM Perempuan

Hasil kajian menunjukkan bahwa kearifan lokal merupakan sumber daya penting dalam menciptakan inovasi UMKM perempuan. Kearifan lokal memberikan fondasi berupa pengetahuan tradisional, keterampilan, nilai budaya, serta pemanfaatan sumber daya lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk maupun layanan yang memiliki karakteristik unik.

Penelitian Firmansyah et al. (2025) menunjukkan bahwa perempuan memiliki kemampuan dalam mengembangkan inovasi melalui pemanfaatan potensi lokal, kreativitas produk, dan strategi pemasaran yang menyesuaikan perkembangan pasar modern. Solikah et al. (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan potensi lokal melalui inovasi berbasis bambu mampu meningkatkan kapasitas kewirausahaan perempuan serta membuka peluang usaha baru di

tingkat komunitas. Mujiburrahman et al. (2025) menunjukkan bahwa tradisi lokal pada masyarakat pesisir dapat dikembangkan menjadi aktivitas ekonomi kreatif yang memperkuat peran perempuan dalam pengelolaan usaha. Anisah et al. (2025) dan Sanggarwati et al. (2025) melengkapi pola tersebut dengan menunjukkan bahwa teknik dan bahan lokal—batik *eco-printing* serta olahan pangan berbahan pisang—dapat menjadi basis diferensiasi produk sekaligus pembentukan kelompok usaha perempuan.

Temuan tersebut memperkuat perspektif *Resource-Based View* (Barney, 1991) yang menjelaskan bahwa sumber daya yang bernilai, unik, sulit ditiru, dan dikelola secara strategis dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif. Dalam konteks UMKM perempuan, kearifan lokal dapat menjadi aset strategis karena melekat pada identitas komunitas tertentu dan sulit direplikasi oleh pesaing. Mekanisme perpindahan nilai dari ranah budaya ke ranah pasar tersebut selaras dengan gagasan Ray (1998) mengenai kapitalisasi identitas teritorial.

Berdasarkan hasil sintesis literatur, kearifan lokal berkontribusi terhadap beberapa bentuk inovasi. Pada inovasi produk, pengetahuan lokal diterjemahkan menjadi produk berbasis budaya, bahan lokal, maupun teknik tradisional. Pada inovasi pemasaran, identitas budaya menjadi nilai tambah dalam membangun hubungan emosional dengan konsumen. Pada inovasi sosial, nilai gotong royong, solidaritas, dan keberlanjutan menjadi dasar pengembangan model usaha yang memberikan manfaat lebih luas bagi masyarakat.

Integrasi Modal Sosial dan Kearifan Lokal dalam Membentuk Inovasi UMKM Perempuan

Hasil sintesis menunjukkan bahwa modal sosial dan kearifan lokal memiliki hubungan yang saling melengkapi dalam proses inovasi UMKM perempuan. Modal sosial berperan sebagai mekanisme yang memungkinkan pengetahuan, pengalaman, dan nilai budaya dipertukarkan, sedangkan kearifan lokal menyediakan sumber pengetahuan dan identitas yang dapat dikembangkan menjadi inovasi.

Hubungan tersebut menunjukkan bahwa inovasi pada UMKM perempuan bukan hanya proses ekonomi, tetapi juga proses sosial dan budaya. Melalui interaksi dengan komunitas, pelanggan, keluarga, serta lingkungan lokal, pengetahuan tradisional dapat dikembangkan menjadi produk baru, strategi pemasaran kreatif, maupun model bisnis yang lebih adaptif.

Berdasarkan hasil kajian, integrasi kedua sumber daya tersebut menghasilkan empat bentuk inovasi. Pertama, inovasi produk melalui pengembangan produk berbasis budaya dan sumber daya lokal. Kedua, inovasi proses melalui pembelajaran komunitas dan pertukaran pengalaman antar pelaku usaha. Ketiga, inovasi pemasaran melalui pemanfaatan jaringan sosial dan identitas budaya. Keempat, inovasi sosial melalui pengembangan usaha yang memberikan manfaat ekonomi sekaligus memperkuat komunitas lokal.

Dengan demikian, kajian ini mengembangkan pemahaman konseptual bahwa modal sosial berperan sebagai *enabler* yang memungkinkan pertukaran pengetahuan, sedangkan kearifan lokal berperan sebagai *innovation resource* yang menyediakan ide, identitas, dan nilai bagi penciptaan inovasi. Perlu dicatat bahwa hubungan ini bersifat proposisional dan disusun dari sintesis delapan artikel dengan desain yang beragam; pengujian empiris terhadap proposisi ini merupakan agenda penelitian lanjutan.

KESIMPULAN

Kajian ini menganalisis peran modal sosial dan kearifan lokal sebagai sumber inovasi pada UMKM perempuan melalui pendekatan *Systematic Literature Review*. Berdasarkan sintesis terhadap delapan artikel, inovasi pada UMKM perempuan tidak hanya berkembang melalui faktor teknologi, modal finansial, maupun peningkatan kapasitas individu, tetapi juga melalui pemanfaatan sumber daya non-material yang berasal dari lingkungan sosial dan budaya.

Modal sosial berperan sebagai sumber inovasi melalui jaringan sosial, kepercayaan, kolaborasi, dan pertukaran pengetahuan. Kearifan lokal berperan sebagai sumber inovasi melalui pemanfaatan pengetahuan tradisional, nilai budaya, keterampilan lokal, dan sumber daya wilayah sebagai dasar penciptaan produk maupun layanan yang memiliki karakteristik unik. Keduanya bersifat saling melengkapi: modal sosial menjadi penghubung yang memungkinkan pertukaran dan pengembangan pengetahuan, sedangkan kearifan lokal menyediakan ide dan nilai yang dapat diterjemahkan menjadi inovasi produk, proses, pemasaran, maupun inovasi sosial.

Secara teoretis, kajian ini memperluas perspektif mengenai sumber inovasi UMKM perempuan melalui pendekatan *Resource-Based View* dan *social capital theory*. Secara praktis, hasil kajian menunjukkan pentingnya strategi pengembangan UMKM perempuan yang tidak hanya berfokus pada digitalisasi dan peningkatan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat jejaring komunitas serta mengoptimalkan potensi budaya lokal sebagai sumber inovasi berkelanjutan.

Keterbatasan Penelitian

Kajian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, korpus yang dianalisis hanya berjumlah delapan artikel dari 50 catatan awal, sehingga cakupan temuan terbatas dan tidak dapat digeneralisasi. Kedua, korpus didominasi literatur berkonteks Indonesia dan sebagian diterbitkan pada jurnal yang belum terindeks basis data internasional, sehingga terdapat potensi bias seleksi dan bias bahasa. Ketiga, empat dari delapan artikel merupakan laporan program pemberdayaan yang tidak dirancang sebagai studi inovasi, sehingga ekstraksi luaran inovasi dilakukan secara interpretatif. Keempat, penyaringan artikel dilakukan oleh satu penelaah tanpa uji kesepakatan antarpemelaah. Kelima, keragaman desain penelitian menyebabkan sintesis hanya dapat dilakukan secara naratif-tematik, bukan melalui meta-analisis.

Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas basis data dan rentang bahasa pencarian serta menerapkan penyaringan oleh dua pemelaah independen guna meningkatkan reliabilitas seleksi. Selain itu, proposisi mengenai peran modal sosial sebagai *enabler* dan kearifan lokal sebagai *innovation resource* perlu diuji secara empiris, misalnya melalui model persamaan struktural dengan modal sosial *bonding* dan *bridging* sebagai konstruk terpisah, atau melalui studi kasus komparatif lintas daerah untuk menjelaskan kondisi yang membuat pengetahuan lokal berhasil atau gagal diterjemahkan menjadi inovasi bernilai ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95–S120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Lundvall, B.-Å. (1992). *National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning*. Pinter Publishers.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>

- OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed.). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.
- Ray, C. (1998). Culture, intellectual property and territorial rural development. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 3–20. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00060>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Warren, D. M., Slikkerveer, L. J., & Brokensha, D. (Eds.). (1995). *The cultural dimension of development: Indigenous knowledge systems*. Intermediate Technology Publications.