

KAPITAL SOSIAL DAN KEPEMIMPINAN DALAM PENGEMBANGAN KOMPETENSI USAHA MIKRO DAN KECIL DI ERA MEA: SEBUAH TINJAUAN KONSEPTUAL RINGKAS

Dondick Wicaksono Wiroti¹
Universitas Negeri Gorontalo¹

dondick.wicaksono@gmail.com¹

Pilar strategis ketiga Masyarakat Ekonomi ASEAN yang mengangkat pentingnya pengembangan sektor usaha kecil dan menengah (SMEs) memang sesuai dengan kenyataan masyarakat di negara-negara ASEAN, namun sayang baru pada tahun 2015 sepertinya ASEAN menyadari bahwa yang sama pentingnya adalah sektor usaha mikro yang sebagian besar adalah sektor ekonomi informal. Namun, tampaknya tindakan strategis dari kelompok kerja pengembangan SMEs (ASEAN SMEWG) ini menyamaratakan permasalahan usaha semua sektor usaha, yakni kebutuhan akan akses modal. Oleh karena itu, tulisan ini mengangkat bahwa ada beberapa hambatan awal sektor usaha mikro dan kecil yang tidak hanya modal usaha, dan karena itu pula masih banyak kompetensi yang harus ditempuh agar bisa berkontribusi di tingkat regional dan internasional. Tulisan ini memberikan tinjauan konseptual secara ringkas bagaimana kapital sosial dan kepemimpinan bisa berfungsi dalam mempercepat peningkatan kompetensi usaha mikro dan kecil.

1. Pendahuluan

Dari empat pilar strategis Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), yang menjadi perhatian utama pada tulisan ini adalah berkaitan dengan percepatan peningkatan SME (*small medium enterprises*) atau UKM, yakni dalam hal meningkatkan daya saing, menguatkan keuletan dan meningkatkan kontribusi SME di negara-negara anggota ASEAN (*ASEAN Member States* atau ASMs), yang menjadi salah satu unsur dari pilar ketiga [18]. Adanya MEA membuat masyarakat harus bisa mengikuti tren kemunculan sektor usaha kecil yang memiliki karakteristik wirausaha, berorientasi pada pertumbuhan, memiliki visi keluar (*outward-looking*), moderen dan inovatif [24]. Selain itu kontribusi UKM pada GDP ASMs terbilang cukup signifikan yakni di antara 30-50 persen dan pada ekspor di antara 19-31 persen (*ibid*). Kontribusi ini sebenarnya tidaklah sama di tiap ASMs, seperti di Indonesia, walaupun kontribusi UKM terhadap GDP adalah paling besar di antara ASMs, yakni 58 persen, namun pada bagian ekspor baru hanya 20 persen, dan walaupun GDP Indonesia yang paling besar namun GDP per kapita tidak lah terlalu besar dibandingkan dengan sesama ASMs, terlebih lagi dengan negara Asia lainnya seperti China dan Hongkong [12].

Jika dilihat dari kontribusi yang nyata yang berperan besar dalam kelangsungan hidup masyarakat ternyata adalah sektor usaha [10] sehingga penyebutan sektor SMEs berkembang menjadi MSMEs (*Micro, Small and Medium Enterprises*) [25]. Hal-hal ini menjadi penting karena sektor MSMEs yang begitu besar haruslah berpartisipasi dalam usaha membentuk integrasi sektor prioritas (*Priority Integration Sector*) yang sudah disiapkan sejak 2004 lalu melalui *Vientiane Action Programme* (VAP) pada *ASEAN Summit* ke 10 di Laos [11]. Singkatnya, visi keluar dari perceptan peningkatan MSMEs adalah agar sektor ini bisa meningkatkan inovasi dan daya saingnya dan berkontribusi dinamis dalam jaringan produksi internasional, dan visi ke dalamnya adalah memiliki posisi sama dengan perusahaan-perusahaan besar untuk mendapat perlakuan yang adil dalam berbagai akses yang dibutuhkan perusahaan untuk berkembang mulai dari persiapan awal membangun bisnis (*pre-start-up*) sampai tahap kebangkitan kembali (*revival*) [10].

Dalam mencapai hal-hal tersebut, ada dua problematika besar yang dihadapi: pertama, masih rendahnya kontribusi ekspor 5 negara ASEAN dibandingkan dengan negara-negara kawasan Asia Timur, dan kedua, sangat kontrasnya perbedaan kekuatan SMEs (selanjutnya akan disebut UKM atau UMKM jika ada konteks khusus yang melibatkan usaha mikro) antara yang berada di Singapura (70 % UKM-nya didukung oleh program-program dari pusat dan agen pengembangan perusahaan milik pemerintah) dan yang berada di negara lainnya—dimana sebagian besar adalah usaha mikro yang terletak dalam perkenomian pertanian desa dengan akses yang sangat terbatas pada pasar dan keuangan, sehingga perlu fokus pengembangan pada bagian keahlian manajerial dan keuangan [13]. Beberapa hambatan yang terjadi pada sektor UKM ini antara lain: produktivitas yang rendah, mutu produksi yang jauh dari standar internasional, lemahnya aspek teknologi tinggi pada kualitas produk, rendahnya perilaku saling mempercayai diantara UKM, dan minimnya produk yang dipatenkan, pada akhirnya ini menyulitkan UKM untuk bisa bersaing di pasar ekspor dan juga menjadi penyuplai bagi MNCs maupun perusahaan besar nasional [13]. Singkatnya, secara mendasar UKM harus mengalami peningkatan dalam bidang-bidang ini, antara lain: investasi peralatan fisik, sumber daya manajerial dan teknologi, akses

terhadap sumber pembiayaan, manajemen pengelolaan keuangan, informasi pasar yang relevan bagi UKM untuk berkontribusi pada pasar regional dan global, dan kemudahan izin birokrasi dalam pendirian dan operasional usaha.

Dalam sebuah penelitian dijelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi performa usaha tingkat kecil yang baru berdiri antara lain: karakteristik wirausaha, praktik manajemen (keuangan, pemasaran dan operasional), serta bimbingan dan pelatihan [19]. Penelitian lain menjelaskan bahwa bagi UKM yang telah beroperasi baik, relevansi dan keberlangsungan aktivitas UKM agar tetap berdaya saing dipengaruhi oleh adanya insentif pajak—insentif pajak oleh pemerintah bagi UKM membantu dalam mendapatkan keuntungan lebih dan berinvestasi pada peralatan dan mesin – dan jumlah badan pengurus (*board size*) yang kecil—3 sampai 4 orang (walaupun harus meenolak rasionalisasi untuk menambah badan pengurus berkaitan dengan aktivitas yang berurusan dengan pemerintah). Sedangkan tambahan dana (*financial leverage*) justru memiliki pengaruh yang negatif—semakin besar ini justru akan menyebabkan semakin rendah kemampuan UKM [20]. Penelitian lainnya menjelaskan bahwa faktor utama yang bisa menguatkan posisi UKM untuk terlibat dalam jaringan produksi internasional, yakni mengembangkan kompetensi inti (*core competency*) UKM—mampu memperoleh dan menggunakan sumberdaya finansial dan manajerial—baik secara bertahap maupun cepat—untuk membentuk orientasi perusahaan dan strategi yang digunakan dalam pengambilan keputusan untuk mendirikan atau mengembangkan bisnis ke skala global, mengemas nilai-nilai pelanggan di berbagai negara pada berbagai inovasi proses, produk dan jasa dan pemasarannya, dan dalam mengantisipasi perkembangan nilai, orientasi dan perilaku pelanggan dan pesaing bisnis agar setiap aktivitas selalu sinergis dengan fungsi-fungsi dalam organisasi [21, 22].

Tulisan ini dibuat karena dengan pertimbangan bahwa dalam dokumen [25] ASEAN kurang memfokuskan rencana pengembangan UMKM berdasarkan berdasarkan proses perkembangan UMKM itu sendiri. Berdasarkan konteks dan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan daya saing UMKM harus mencermati kerangka tingkatan kompetensi UMKM (Tabel 1.).

Tabel 1. Kerangka Kompetensi Perkembangan Wirausaha di Era MEA

	<i>UMKM yang Baru Berdiri</i>	<i>UMKM yang Sudah Stabil</i>	<i>UMKM yang akan Berkontribusi di Tingkat Regional dan Global</i>
<i>Kompetensi</i>	Kompetensi Awal	Kompetensi Standar	Kompetensi Lanjut
<i>Dimensi Pengembangan</i>	Pembinaan	Pemeliharaan, Pengawasan dan Optimalisasi Usaha	Pengembangan Pengetahuan Lingkungan Bisnis di Jaringan Produksi Internasional
<i>Fokus Pengembangan</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Sosialisasi dan pembentukan karakteristik wirausaha b. Bimbingan dan pelatihan pembuatan perencanaan bisnis c. Bimbingan dan pelatihan manajemen keuangan, pemasaran dan operasi usaha d. Bimbingan dan pelatihan yang berkaitan dengan status legal-formal perusahaan e. Bimbingan dan pelatihan mengenai hak-hak karyawan f. Pemberian dukungan modal usaha 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemberian insentif pajak dan keuangan dan kemudahan birokrasi pendirian usaha b. Struktur pengurus organisasi yang efektif dalam koordinasi dan pengambilan keputusan c. Struktur organisasi yang efisien dalam menjaga pelanggan dan klien, berhubungan dengan birokrasi, dan menjaga mutu d. Pemanfaatan optimal setiap keuntungan untuk meningkatkan produktivitas dan teknologi (inovasi proses) dan keunggulan kompetitif dan komparatif produk dan jasa (invoasi produk) 	<ul style="list-style-type: none"> a. Informasi yang jelas dan rinci tentang besar potensi pasar yang relevan dengan aktivitas UMKM b. Rasionalisasi-rasionalisasi dalam proses pembuatan keputusan untuk memperluas jaringan usaha dan inovasi c. Kemampuan sumber daya manusia dalamantisipasi nilai, orientasi dan perilaku pelanggan dan pesaing bisnis di tingkat regional dan global d. Kemampuan sumber daya manusia dalam mengkoordinasikan dinamika aktivitas usaha di tingkat regional dan global dan fungsi-fungsi organisasi usaha

Ada dua masalah penting yang bisa menjadi penghalang dan bisa memperlambat peningkatan daya saing, keuletan dan kontribusi UMKM diantara ASMs. Pertama, pembentukan *dialogue partners* antara ASEAN SMEWG (SME Agencies Working Group) dengan UKM-UKM yang tergabung dalam agensi pelayanan UKM (SMEs service provider) untuk membangun dialog sosial. Negara ASEAN yang memiliki agensi pelayanan UKM yang teridentifikasi melalui situ www.aseansme.org baru 7 negara dari 10 negara. Pengalaman EU (Uni Eropa) *dialogue partners* memperlihatkan bahwa UKM yang ikut jauh dari angka yang representatif, karena beberapa hal, antara lain: banyak wirausaha yang kurang memiliki waktu, tenaga dan antusiasme pada aktivitas kewirausahaan yang tidak memiliki hubungan langsung dengan bisnis mereka; kurangnya informasi mengenai keuntungan yang dapat diperoleh jika berpartisipasi; dan keraguan terhadap apapun

kebijakan yang dihasilkan dari kontribusi mereka bisa diimplementasikan dengan cepat untuk menghasilkan suatu yang berbeda dari usaha utama mereka [29]. Kedua, jika membandingkan kerangka kompetensi perkembangan wirausaha dengan alur tindakan strategis ASEAN SMEWG [25], maka memang sangat terlihat bahwa usaha dialog hanya akan lebih mewakili kepentingan usaha menengah dan besar yang sudah mampu menggunakan ASEAN SME *Service Centre* (yang ditargetkan selesai pada tahun 2018) dalam mengambil keputusan untuk memperluas jaringan usaha dan inovasi ke tingkat regional dan global. Tidak hanya itu, banyak alur tindakan yang sebenarnya ditujukan untuk penguatan UKM justru memiliki target waktu yang masih lama, seperti skema insentif pajak dan keuangan pada tahun 2020, dan pengembangan keahlian sektor mikro bagi perempuan dan pemuda pada tahun 2025. Dengan demikian apakah para wirausaha sektor UKM masih mungkin bisa mengembangkan kompetensinya untuk bisa aktif dalam ekspor dan berbagai jenis perdagangan luar negeri atau menjadi mitra MNCs maupun perusahaan besar lokal/nasional atau bahkan terlibat dalam jaringan produksi internasional tanpa adanya mobilisasi dukungan yang segera dari badan-badan ASEAN?

2. Metode Penelitian

Metode penelitian pada tulisan ini adalah penelusuran literatur kunci mengenai percepatan peningkatan kompetensi usaha melalui pengembangan dan penguatan kapital sosial yang telah dilakukan oleh beragam penelitian terdahulu. Kompetensi wirausaha supaya bisa berkontribusi sekaligus juga meningkatkan daya saing dan menjaga keuletan berusaha bisa ditingkatkan dengan mengembangkan kapital sosial para wirausaha mikro dan kecil. Beberapa literatur telah memperlihatkan bahwa kapital sosial bisa mendorong wirausaha untuk mendapatkan informasi dalam situasi lingkungan yang dinamis untuk memperbaiki orientasi wirausaha dan mengumpulkan sumberdaya, termasuk untuk usaha yang baru berdiri. Aktivitas yang dapat ditingkatkan adalah daya saing (sumber daya manusia, orientasi wirausaha, pencapaian dan peningkatan inovasi, akses terhadap finansial, pasar dan informasi) dan kontribusi (ekspor).

3. Hasil dan Pembahasan

Kapital sosial adalah sumberdaya yang tertanam (*embedded*) dalam sebuah struktur sosial yang diakses dan/atau dimobilisasi dalam tindakan-tindakan bertujuan. Kapital sosial, dengan demikian, memiliki tiga unsur yang memotong struktur dan tindakan: aspek struktural, kesempatan dan orientasi-aksi [30]. Wirausaha

(*entrepreneur*) adalah seseorang yang memulai sebuah perusahaan dan memperkirakan resikonya [17], sedangkan kewirausahaan adalah aktivitas pembuatan organisasi usaha dan pengaturannya pada waktu tahun-tahun awal sebagai wirausaha, dimana keputusan untuk memulai wirausaha berada pada dua kondisi: karena tidak ada pilihan selain (harus) menjadi wirausaha dan karena melihat adanya peluang pasar [1].

Tabel 2. Kondisi Awal Wirausaha dan Hubungannya dengan Beberapa Kapital

Kondisi	Hubungan dengan Kapital Sosial, Manusia dan Finansial
Berwirausaha karena keharusan	<ul style="list-style-type: none">• Tidak memiliki kapital finansial yang cukup• Setelah keputusan dibuat, sebagian kesuksesan bergantung pada kapital sosial dan manusia
Berwirausaha karena kesempatan (peluang) pasar	<ul style="list-style-type: none">• Pengetahuan atas beberapa peluang berhubungan kuat dengan kapital sosial dan manusia• Setelah keputusan dibuat, kapital finansial menjadi ukuran kesuksesan

Sumber: [1]

Berdasarkan tipologi diatas, maka kapital sosial wirausaha memiliki penekanan yang berbeda dalam hal kondisi awal kewirausahaan. Seorang yang memilih wirausaha karena keharusan sangat menyandarkan kemampuan memulai usaha dan kesuksesannya pada jaringan sosialnya, sebaliknya wirausaha yang memulai usaha karena kesempatan pasar ia menggunakan, mencari dan membuat jaringan sosial dalam mendapatkan sumberdaya informasi mengenai peluang untuk berwirausaha agar usahanya akan diminati dan menghasilkan keuntungan finansial.

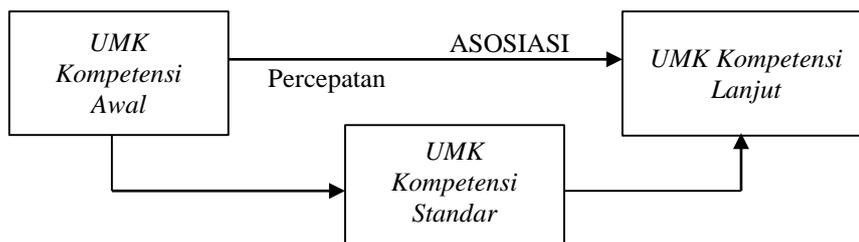
Sebagian besar sektor usaha mikro dan kecil dimulai oleh orang-orang yang mau tidak mau memilih menjadi wirausaha (pendidikan yang rendah, pengalaman kerja yang minim, dan para korban PHK) dan tergolong sektor ekonomi informal (tidak memiliki izin usaha dan tempat usaha yang tetap). Kesuksesan mereka sangat bergantung pada kekompakan kelompok para pengusaha mikro dan kecil untuk bisa menempati suatu wilayah yang strategis (contoh: pedagang kaki lima yang memenuhi fasilitas umum baik secara ilegal maupun dengan menyewa ruang sempit perkantoran/pertokoan) dan juga pada kebijakan agen pemerintah daerah yang memberi kelonggaran terhadap aktivitas berdagang mereka. Lembaga keuangan formal sulit memberikan fasilitas keuangan kepada mereka, sehingga sumberdaya dan kesuksesan mereka sangat bergantung pada kapital sosial kelompok dan jaringan dengan penguasa wilayah (resmi dan tidak resmi). Oleh karena itu, keuntungan finansial yang bisa mereka dapatkan hanya akan digunakan untuk memenuhi

kebutuhan hidup sehari-hari (subsisten), bertahan hidup, dan menjaga relasi dengan penguasa [3, 8].

Hubungan jaringan dalam kelompok usaha mikro dan kecil dibangun dan terpelihara dalam kontak sosial yang sangat besar (struktur sosialnya besar) [5] dan hubungan sosial yang kuat (*strong ties*) dan jaringan yang tertutup (*network closure*) [3]. Kesuksesan mereka lebih banyak dipengaruhi oleh adanya akses informasi yang diperoleh melalui kualitas relasi dengan kontak dalam jaringan dalam kelompok dan juga akses pada finansial yang diperoleh melalui hubungan dengan kontak dalam jaringan yang memiliki sumberdaya. Implikasinya adalah peningkatan kompetensi wirausaha mikro dan kecil harus dipusatkan pada pembentukan, pengembangan dan peningkatan sejumlah kecil rantai hubungan yang berkualitas [5, 7].

Pada era MEA ini, setiap bentuk usaha ditantang untuk bisa menjadi usaha yang bisa berkontribusi dalam jaringan pasar regional dan global, sehingga bagi usaha mikro dan kecil (UMK) yang baru berdiri harus dipercepat untuk bisa menjadi UMK yang mampu berkontribusi di tingkat regional dan global (bagan 1.). Secara struktural ini sangat mengabaikan perbedaan besar diantara UMK dengan perusahaan skala menengah dan besar: perusahaan menengah dan besar yang sudah sangat stabil organisasinya dan sering mendapatkan kemudahan akses dalam fasilitas keuangan tentu memiliki sejumlah rantai yang berkualitas dibandingkan dengan UMK. Walaupun demikian, UMK lebih memiliki potensi pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan besar [9].

Bagan 1. Model Percepatan Pengembangan UMK di Era Mea



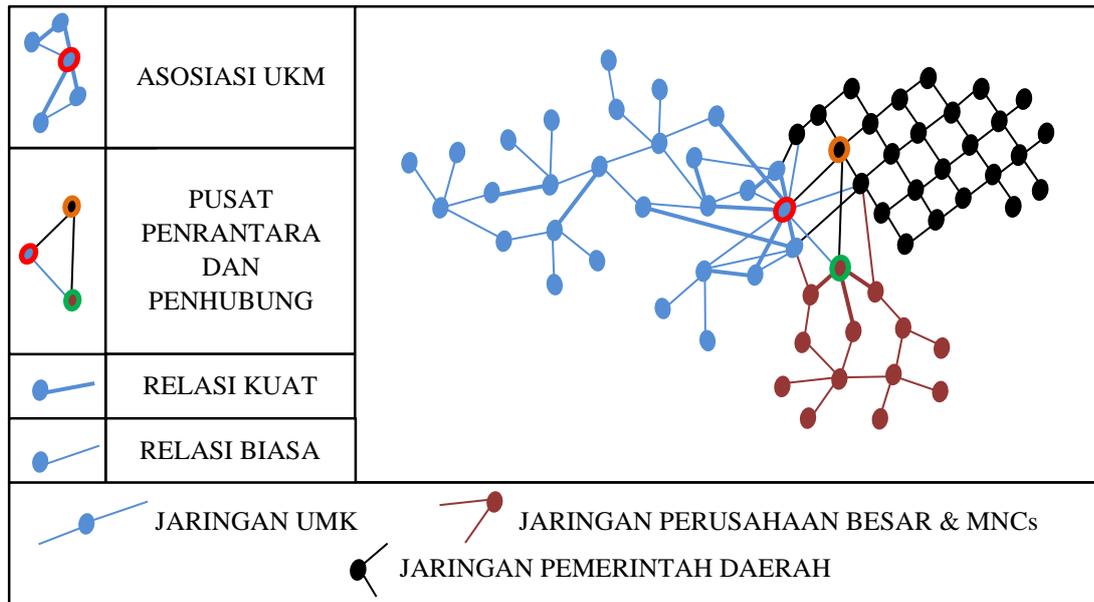
Persoalan yang mendasar dari sulit berkembangnya UMK adalah status informal mereka yang umumnya tidak dapat diselesaikan oleh pemerintah daerah (walaupun sektor ini yang banyak berperan menyelamatkan negara dari krisis yang parah) sehingga mereka selalu mengalami marginalisasi dan diskriminasi oleh kebijakan-kebijakan publik dan swasta yang selalu condong pada pembangunan ekonomi sektor formal [8, 15]. Oleh karena itu, tampak pada bagan 1 diatas, para

wirausaha sektor informal ini harus bekerja keras membuat usahanya menjadi usaha sektor formal terutama dengan menggunakan sumberdaya jaringan berupa asosiasi sektor informal yang berkaitan dengan usahanya. Asosiasi inilah yang akan menuntun orang-orang sektor informal agar mengatur usahanya dengan baik, mengikuti segala prosedur dan aturan formal [15]. Namun, tetap asosiasi ini harus dikontrol dengan baik karena konteks formal institusional yang biasa mendiskriminasi dan eksploitatif terhadap sektor informal bisa menjangkiti para pengurus asosiasi menjadi perpanjangan tangan untuk mengeksploitasi anggota jaringan sektor informal UMK [16].

Kemampuan asosiasi untuk menuntun sektor informal UMK-nya menegaskan bahwa di dalam kapital sosial yang dimiliki oleh para wirausaha terdapat sumberdaya kepemimpinan [14] yang bisa membantu percepatan perkembangan kompetensi UMK. Akses untuk mendapatkan sumberdaya kepemimpinan ini bisa dengan cara mengidentifikasi individu-individu yang memiliki dimensi relasional yang kuat dan kognitif yang mampu membangun jaringan sosial yang berbeda-beda [6, 26, 27] dalam jaringan internal UMK.

Identifikasi terhadap individu-individu ini perlu dilakukan pada setiap organisasi sosial yang baru berdiri dan yang mau melakukan pengembangan. Oleh karena itu sumberdaya kepemimpinan tersebut yang harus diidentifikasi dan dibangun secara khusus agar kerjasama antara publik dan swasta bisa terjalin karena ada orang-orang yang mampu mengambil inisiatif dan memimpin. Usaha ini juga dilakukan untuk untuk menanggapi secara positif asumsi bahwa lingkungan pasar selalu berubah, dan karena itu pula menuntut pelaku usaha bisa berorientasi rasional pada usahanya untuk selalu melakukan penguatan jaringan sewaktu sistem hukum berada dibawah mekanisme pasar [2], karena dengan cara itu seseorang bisa memperoleh sumberdaya [4]. MEA menitikberatkan pada pembentukan jaringan antar pelaku produksi sebagai keharusan dalam menghadapi berbagai konsekuensi dari penghilangan berbagai aturan hambatan perdagangan di antara ASMs.

Bagan 2. Model Konseptual Jaringan Pengembangan Kompetensi Usaha Mikro dan Kecil



Tulisan ini menawarkan kepada para pelaku yang terlibat (UMK, pemerintah daerah, dan perusahaan/industri besar) agar mengidentifikasi individu-individu yang secara alamiah memiliki karakter yang memiliki dua kemampuan utama. Pertama adalah kemampuan mengenal sumber daya dalam struktur sosialnya masing-masing (berfungsi sebagai perantara) diidentifikasi dengan menggunakan teori kapital sosial [4, 23, 28, 30] dan *Collective Transformational Leadership* (CTL) [27]. Kedua adalah kemampuan membangun dan membentuk ruang adaptasi sebagai ruang yang menjembatani berbagai kepentingan masing-masing sistem sosial pelaku yang terlibat atau agar tekanan yang muncul dari masing-masing struktur untuk mendesak kepentingannya bisa dijumpai secara baik (berfungsi sebagai penghubung) diidentifikasi dengan menggunakan teori *Complexity Leadership Theory* (CLT) [14]. Teori ini menjelaskan bahwa kemampuan kedua ini dapat diukur dari kriteria kognisi alamiah yang paling menyolok pada individu tersebut untuk melakukan hubungan antar sistem dengan berbagai praktik dan prinsip membangun dan bekerja sebagai penghubung [14, 28].

4. Kesimpulan dan Saran

ASEAN SMEWG dan pemerintah Indonesia harus mencermati bagaimana langkah-langkah yang efektif untuk meningkatkan kompetensi wirausaha sektor mikro dan kecil, dan salah satunya adalah dengan menggunakan teori kapital sosial dan teori kepemimpinan dengan kriteria relasional dan kognitif yang kuat.

Tulisan ini bertujuan untuk memicu para akademisi dan peneliti yang ingin melakukan penelitian empiris dalam hal kerjasama publik dan swasta untuk membangun sektor UMK yang kuat, dengan harapan agar berbagai kebijakan terhadap sektor UMK, yang hampir semuanya informal, bisa benar-benar bersandar pada data-data yang dibangun dengan cara yang benar-benar partisipatif, sehingga bias-bias populisme dan kekuasaan pada aturan yang terbentuk bisa semakin sedikit.

Daftar Pustaka

- [1] S. Lippmann, A. Davis and H. E. Aldrich, "Entrepreneurship and Inequality," in *Research in the Sociology of Work*, vol. 15, L. A. Keister, Ed., Oxford, UK: Elsevier, 2005, pp. 3–32.
- [2] I. Božović, "The impact of social capital on economic performance: Lessons from small and medium size enterprises (SMES)," *ProQuest Dissertations and Theses* pp. 272-n/a. 2007. Available: <http://search.proquest.com/docview/304807832?accountid=25704>.
- [3] M. K. Kozan and L. Akdeniz, "Role of strong versus weak networks in small business growth in an emerging economy," *Administrative Sciences* 4(1), pp. 35-50. 2014.
- [4] K. Huang and K. Y. Wang, "The moderating effect of social capital and environmental dynamism on the link between entrepreneurial orientation and resource acquisition," *Quality and Quantity* 47(3), pp. 1617-1628. 2013.
- [5] M. Fornoni, I. Arribas and J. E. Vila, "An entrepreneur's social capital and performance," *J. Organ. Change Manage.* 25(5), pp. 682-698. 2012.
- [6] Y. Xu, "Entrepreneurial social capital and cognitive model of innovation," *Management Research Review* 34(8), pp. 910-926. 2011.
- [7] E. Finsveen and W. van Oorschot, "Access to resources in networks: a theoretical and empirical critique of networks as a proxy for social capital," *Acta Sociologica*, vol. 51, no. 4, pp. 293-307, 2008.
- [8] D. W. Wirotto, "Agen dan Struktur dalam Sektor Informal: Reproduksi Keberadaan Pedagang Kaki Lima (PKL) melalui Interaksi Antar Kelompok Kepentingan," M.Si thesis, Dept. Sociology, Indonesia Univ., Depok, Indonesia, 2010.
- [9] A. Coad, *The growth of firms*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2009.
- [10] ERIA SME Research Working Group, Ed., *ASEAN SME Policy Index 2014: Towards Competitive and Innovative ASEAN SMEs*, Eria Research Project Report. Jakarta, Indonesia: ERIA, 2014, no. 8.
- [11] "Vientiane action programme 2004," 10th ASEAN Summit, Vientiane, Laos. [Online]. Available: https://ccdcoe.org/sites/default/files/documents/ASEAN_041129-VientianeActionProgramme.pdf
- [12] "Banyak Orang yang Ngaku Pakar Ekonomi, Tapi Salah Kaprah Soal MEA - Bangka Pos", *Bangka Pos*, 2016. [Online]. Available: <http://bangka.tribunnews.com/2016/04/05/banyak-orang-yang-ngaku-pakar-ekonomi-tapi-salah-kaprah-soal-mea>. [Accessed: 29- Apr- 2016].
- [13] Y. Sato, "Development of Small and Medium Enterprises in the ASEAN Economies", in *BEYOND 2015: ASEAN-Japan Strategic Partnership for Democracy, Peace, and Prosperity in Southeast Asia*, 1st ed., S. Hubbard and K. Ashizawa, Ed. Tokyo: JCIE, 2013.

- [14] M. J. Arena and M. Uhl-Bien, "Complexity leadership theory: Shifting from human capital to social capital," *People and Strategy* 39(2), pp. 22-27. 2016.
- [15] R. King, I. Braimah and A. Brown, "Formalising the Informal Sector through Association: The Case of Kumasi Informal Bakers' Association", *JSD*, vol. 8, no. 2, 2015.
- [16] F. Welter and D. Smallbone, "Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments," *J. Small Bus. Manage.* 49(1), pp. 107-125, 2011.
- [17] Fisher and J. Koch, Born, Not Made: The Entrepreneurial Personality. Connecticut, USA: Praeger, 2008.
- [18] KEMENDAG, *Menuju ASEAN Economic Community 2015*. Available: http://ditjenkpi.kemendag.go.id/website_kpi/Umum/Setditjen/Buku%20Masyarakat%20Ekonomi%20ASEAN/Buku%20Informasi%20Umum.pdf
- [19] N. M. Yaacob, R. Mahmood, S.M. Zin, "Factors Affecting the Performance of Small Business Start-Ups Under Tunas Mekar Programme," in *Proceedings of the ASEAN Entrepreneurship Conference 2014*, 2016, chapter 1, p. 3.
- [20] R. M. Noor, S. H. Shuid, S. M. Shamsudin, and S. N. A. Hussin, "SMEs' Performance: Financial Incentives and Governance," in *Proceedings of the ASEAN Entrepreneurship Conference 2014*, 2016, chapter 11, p. 115.
- [21] Z. Ibrahim, F. Abdullah, and A. Ismail, "International Business Competence Framework: Internationalized Small and Medium Enterprises (SMEs)," in *Proceedings of the ASEAN Entrepreneurship Conference 2014*, 2016, chapter 13, p. 141.
- [22] F. H. Abd Jabar, N. Tajuddin, and H. Paino, "Internationalization of Small and Medium Enterprises," in *Proceedings of the ASEAN Entrepreneurship Conference 2014*, 2016, chapter 14, p. 151.
- [23] R. S. Burt, "The network structure of social capital," *Research in Organizational Behaviour*, vol. 22, pp. 345-423, 2000.
- [24] ASEAN, "ASEAN strategic action plan for SME development 2010-2015", www.asean.org.
- [25] ASEAN, "ASEAN strategic action plan for SME development 2016-2025", www.asean.org.
- [26] S. McCallum and D. O'Connell, "Social capital and leadership development," *Leadership & Organization Development Journal* 30(2), pp. 152-166. 2009.
- [27] V. K. Gupta, R. Huang and A. A. Yayla, "Social capital, collective transformational leadership, and performance: A resource-based view of self-managed Teams," *J. Manage. Issues* 23(1), pp. 31-45, 2011.
- [28] T. Bouzdine and M. Bourakova-Lorgnier, "*The Role of Social Capital within Business Networks: Analysis of Structural and Relational Arguments*," presented at Fifth European Conference on Organisational Knowledge, Learning and Capabilities, Innsbruck, Austria, 5-6 April 2004.
- [29] F. Welter and D. Smallbone, *Handbook of research on entrepreneurship policies in central and eastern Europe*. Cheltenham: Edward Elgar, 2011.
- [30] N. Lin, K. Cook and R. Burt, *Social capital*. New York: Aldine de Gruyter, 2001.