

Peningkatan Modal Sosial, Modal Manusia, Dan Dorongan Kebijakan Pemerintah Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Pada Distributor Multi Level Marketing Tiens Herbal Di Jepara)

Increasing Social Capital, Human Capital, And Government Policy Encouragement To Improve Business Performance (Study On Multi Level Marketing Distributor Tiens Herbal In Jepara)

Roro Sektiwidastuti^{1*}, Purwo Adi Wibowo²

¹Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara,
Jl. TamanSiswa, Pekeng, Kauman Tahunan, Jawa Tengah 59451^{1,2}

E-mail: 211110002952@unisnu.ac.id¹, purwodiwibowo@unisnu.ac.id²

Abstrak

Submit: 2024-10-31
Revisi: 2024-11-14
Disetujui: 2024-11-18

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh modal sosial, modal manusia, dan kebijakan pemerintah terhadap kinerja bisnis. Populasi penelitian yaitu 125 distributor Tiens Herbal di Jepara. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 118 distributor. Data yang dibutuhkan berupa data primer, data tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda menggunakan spss 26. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel modal sosial dan modal manusia berpengaruh positif signifikan, sedangkan variabel kebijakan pemerintah tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

Kata kunci: Modal sosial, Modal manusia, dan Kebijakan pemerintah.

Abstract

This study examines to the influence of social capital, human capital, and government policy so that it can be improved to help distributors in Tiens Herbal multilevel marketing in Jepara. The population of the study was 125 Tiens Herbal distributors in Jepara. The sampling technique used saturated/census sampling and obtained a sample of 118 distributors. The data needed is primary data, the data was obtained through direct distribution of questionnaires. The data analysis technique used multiple linear regression using spss 26. The results of the study indicate that the variables of social capital and human capital have a significant positive effect. While the government policy variable has no effect.

Keywords: Social capital, Human capital, and Government policies.

How to Cite

Sektiwidastuti, R., & Purwo Adi Wibowo. (2024). Peningkatan Modal Sosial, Modal Manusia, dan Dorongan Kebijakan Pemerintah Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 7(2). <https://doi.org/10.31949/maro.v7i2.11690>

1. PENDAHULUAN

Kinerja bisnis merupakan indikator utama dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan strategisnya, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Yudadharna & Suharso, 2025). Kinerja yang optimal menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber daya dan strategi bisnis yang dijalankan (Putri, A. M. & Hayati, 2025). Dalam konteks industri *Multi Level Marketing* (MLM), kinerja bisnis tidak hanya mencakup pencapaian target penjualan, tetapi juga keberhasilan dalam membangun jaringan distribusi yang kuat dan

berkelanjutan (Khairulyadi, 2024). Dengan sistem pemasaran berjenjang, keberhasilan satu distributor akan berdampak langsung terhadap struktur jaringan di atas dan di bawahnya (Fitri et al., 2025). Oleh karena itu, peningkatan kinerja bisnis menjadi suatu keharusan bagi pelaku MLM agar mampu bertahan dalam persaingan pasar yang kompetitif.

Namun, dalam praktiknya, peningkatan kinerja bisnis di sektor MLM tidak mudah untuk dicapai karena dihadapkan pada berbagai kendala. Salah satu masalah yang umum terjadi adalah adanya kesenjangan antar distributor dalam mengakses informasi, pelatihan, dan jaringan (Gusti et al., 2025). Sebagian distributor memiliki keterampilan dan jaringan yang luas, sementara sebagian lainnya mengalami hambatan dalam membangun relasi bisnis yang produktif. Ketimpangan ini berdampak pada ketidakmerataan pendapatan, turunnya semangat kerja, dan tingginya tingkat putus usaha (*drop-out*) di kalangan distributor (Arifah, 2025). Masalah ini diperparah dengan tidak meratanya dukungan institusional dan regulasi pemerintah terhadap sistem MLM, yang menyebabkan ketidakpastian hukum dan perlindungan bagi para pelaku usaha MLM (Kamaluddin, 2025).

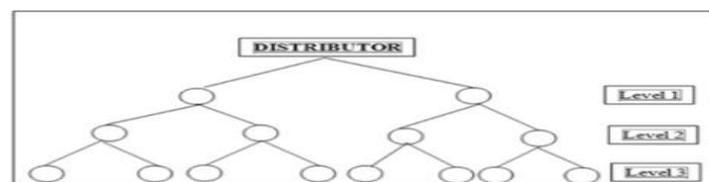
Upaya mengatasi tantangan tersebut, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis distributor MLM. Salah satu faktor penting yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah modal sosial. Modal sosial mengacu pada jaringan relasi sosial, norma saling percaya, dan kolaborasi antar individu dalam komunitas atau organisasi (Coleman, 1988). Dalam konteks bisnis MLM, modal sosial berperan penting dalam membentuk kepercayaan antar distributor, memperkuat loyalitas dalam jaringan, serta mempermudah proses perekrutan anggota baru. Modal sosial yang kuat mendorong terciptanya sinergi dan dukungan antar anggota, yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja bisnis secara keseluruhan (Ashari, 2025). Studi Pratiwi (2015) menunjukkan bahwa adanya iklim kerja yang berbasis kepercayaan dan kebersamaan secara signifikan mampu meningkatkan efektivitas strategi pemasaran jaringan.

Selain modal sosial, variabel lain yang turut berperan dalam meningkatkan kinerja bisnis adalah modal manusia. Modal manusia mencakup pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan motivasi individu yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi (Becker, 1993; Hitt et al., 2001). Dalam sistem MLM, modal manusia sangat menentukan keberhasilan distributor dalam menjelaskan manfaat produk, meyakinkan konsumen, serta membimbing dan memotivasi anggota jaringan (*downline*). Seorang distributor yang memiliki pemahaman mendalam tentang produk dan strategi pemasaran akan lebih mampu bertahan dan berkembang dalam struktur MLM (Sumiyarsih, 2025). Namun kenyataannya, tidak semua distributor memiliki latar belakang atau akses pelatihan yang memadai. Hal ini menyebabkan perbedaan signifikan dalam tingkat pencapaian dan kontribusi terhadap performa bisnis jaringan. Bontis & Serenko (2009) juga menegaskan bahwa kualitas modal manusia sangat memengaruhi inovasi dan adaptabilitas dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Di sisi lain, kebijakan pemerintah merupakan faktor eksternal yang dapat mendorong atau menghambat pengembangan sektor bisnis (Destriani, 2023). Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai regulasi terkait pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk sektor MLM, melalui UU No. 20 Tahun 2008 dan peraturan turunan lainnya. Regulasi ini bertujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, adil, dan berkelanjutan. Namun, implementasi di lapangan masih sering menemui kendala, seperti lemahnya pengawasan terhadap praktik MLM yang menyimpang, kurangnya pelatihan kewirausahaan yang berkelanjutan, serta belum optimalnya perlindungan hukum bagi distributor sebagai pelaku usaha (Putri, L. A. et al., 2025). Studi Suriyanti dan Binangkit (2019) menunjukkan bahwa dalam beberapa kasus, kebijakan pemerintah belum berfungsi sebagai katalisator dalam memperkuat hubungan

antara strategi bisnis dan kinerja usaha. Demikian pula, Taiwo (2022) menyoroti bahwa ketidak konsistenan kebijakan dan rendahnya transparansi dalam pelaksanaan regulasi sering kali menimbulkan ketidak pastian bagi pelaku usaha MLM.

Objek dalam penelitian ini adalah *Tiens Herbal*, sebuah perusahaan yang menerapkan sistem MLM dalam memasarkan produk suplemen kesehatan dan kecantikan berbasis bahan alami. Tiens Herbal dikenal luas di Indonesia dan telah memiliki jaringan distributor di berbagai daerah. Sistem MLM yang digunakan perusahaan ini mengharuskan setiap distributor tidak hanya fokus menjual produk, tetapi juga aktif merekrut anggota baru agar dapat memperoleh bonus dan insentif (Muthia, 2023). Namun, dalam realitanya, tidak semua distributor dapat berhasil membangun jaringan yang kuat. Sebagian mengalami stagnasi karena lemahnya keterampilan komunikasi, kurangnya relasi sosial, dan minimnya dukungan dari struktur organisasi di atasnya. Di samping itu, ketidak pastian regulasi pemerintah terhadap praktik MLM juga membuat distributor ragu dalam menjalankan usahanya secara optimal (Bukran & Ramdani, 2024). Fenomena ini mencerminkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki sistem MLM dengan realitas pelaksanaannya di lapangan.



gambar 1 - Tingkatan Level Distributor

Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), seperti yang dijalankan oleh Tiens, mengandalkan "kekuatan manusia" melalui jaringan distributor untuk mempromosikan dan menjual produk. Tidak hanya berfokus pada penjualan produk, bisnis MLM juga mengandalkan setiap distributornya untuk membangun jaringan penjualan baru dengan merekrut distributor tambahan. Dengan kata lain, setiap distributor memiliki dua fungsi utama: menjual produk serta mengembangkan jaringan distribusi. Fungsi ganda ini membedakan bisnis MLM dari model penjualan tradisional dan memungkinkan distribusi produk yang lebih luas dan cepat. Dalam MLM, seperti halnya Tiens, distributor yang aktif akan membangun apa yang disebut sebagai "jaringan *downline*." Jaringan ini adalah kelompok distributor di bawahnya yang turut serta menjual produk, dan setiap anggota memiliki peluang yang sama untuk mengembangkan jaringan *downline*-nya sendiri. Sistem ini memungkinkan setiap distributor untuk memperoleh penghasilan dari penjualan mereka sendiri dan mendapatkan sebagian kecil komisi dari penjualan yang dilakukan oleh anggota dalam jaringan *downline* mereka. Hal ini memberikan insentif bagi distributor untuk tidak hanya menjual produk tetapi juga membantu distributor lain dalam jaringan mereka untuk sukses. Komisi dan bonus adalah dua bentuk penghargaan utama dalam bisnis MLM. Komisi yang diperoleh dihitung berdasarkan volume penjualan baik pribadi maupun jaringan, yang diberikan perusahaan sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan RI. Bonus kinerja atau royalti biasanya juga diberikan jika target penjualan tertentu tercapai, sehingga memberikan motivasi tambahan bagi distributor untuk meningkatkan kinerja mereka. Sistem penghargaan ini membantu memastikan bahwa setiap distributor memiliki kesempatan untuk mencapai pendapatan yang signifikan sesuai dengan upaya mereka. Sejak tahun 1980-an, bisnis MLM semakin populer karena menawarkan berbagai kelebihan (Adolph, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh modal sosial, modal manusia, dan kebijakan pemerintah terhadap kinerja bisnis distributor Tiens Herbal. Dengan memahami ketiga

variabel tersebut secara lebih mendalam, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor kunci yang menentukan keberhasilan dalam bisnis MLM. Selain itu, penelitian ini juga ingin menjawab adanya research gap dari studi-studi sebelumnya yang menunjukkan hasil berbeda-beda terkait pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap kinerja usaha. Misalnya, beberapa penelitian menyatakan bahwa modal sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, sedangkan yang lain menilai pengaruh tersebut tidak terlalu besar jika tidak didukung oleh modal manusia dan kebijakan yang memadai. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian lanjutan yang menguji ketiga variabel tersebut secara simultan dalam satu model analisis.

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini menambah khazanah literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis dalam konteks pemasaran berjenjang. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh perusahaan dan distributor untuk merancang strategi peningkatan kinerja yang lebih efektif dan berkelanjutan, berbasis pada penguatan modal sosial dan manusia, serta dukungan kebijakan pemerintah yang berpihak pada pemberdayaan pelaku usaha MLM.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Bisnis

Dalam konteks industri *Multi Level Marketing* (MLM), kinerja bisnis tidak hanya (mencakup) pencapaian target penjualan, tetapi juga keberhasilan dalam membangun jaringan distribusi yang kuat dan berkelanjutan (Khairulyadi, 2024). Dengan sistem pemasaran berjenjang, keberhasilan satu distributor akan berdampak langsung terhadap struktur jaringan di atas dan di bawahnya (Fitri et al., 2025). Selain itu menurut Yudadharna & Suharso (2025), Kinerja bisnis merupakan indikator utama dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan strategisnya, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Modal sosial

Menurut Putman, Jasmine (2014) Modal sosial menggambarkan nilai intrinsik dari jaringan sosial, norma, kepercayaan, dan kerjasama yang ada dalam suatu komunitas. Modal sosial bukan sekadar harta benda atau uang, melainkan aset sosial yang tak ternilai harganya. Menurut Bontis dan Serenko (2009),. Sedangkan modal sosial berperan dalam mendorong pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan inovasi pada usaha yang mereka jalankan dengan membentuk jaringan dan kepercayaan sehingga dapat menciptakan kinerja yang memenuhi harapan wirausaha itu sendiri (Evans et al, 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Maulatuzulfa & Rokhmania (2022), Kinerja usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dipengaruhi secara positif oleh modal sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pelaku UKM akan semakin meningkat seiring dengan tingkat pengetahuan dan kompetensi modal sosial yang dimilikinya. Darmawan (2022), menyatakan bahwa modal sosial memiliki pengaruh yang banyak terhadap keberdayaan perusahaan dan koneksi serta jaringan sosial di antara pelaku usaha mikro dan pihak-pihak terkait bisa meningkatkan akses terhadap berbagai kemungkinan, baik untuk perolehan bisnis maupun sumber daya. Selain itu, menurut Santoso et al., (2019) modal sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa membangun modal sosial bisa meningkatkan kepercayaan diri pengusaha dan meningkatkan interaksi mereka dengan pelanggan.

Hipotesis 1 : Modal sosial berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

Modal Manusia

Menurut Ricky dan Retno (2019) ,Adolph (2016) Berpendapat bahwa *Human capital* dapat diartikan sebagai manusia itu sendiri baik perorangan maupun tim dalam hal kapabilitas individunya, pengetahuan, komitmen, dan pengalaman pribadi yang dipinjamkan kepada perusahaan. Menurut Dalam sistem MLM, modal manusia sangat menentukan keberhasilan distributor dalam menjelaskan manfaat produk, meyakinkan konsumen, serta membimbing dan memotivasi anggota jaringan (*downline*). Seorang distributor yang memiliki pemahaman mendalam tentang produk dan strategi pemasaran akan lebih mampu bertahan dan berkembang dalam struktur MLM (Sumiyarsih, 2025). Namun kenyataannya, tidak semua distributor memiliki latar belakang atau akses pelatihan yang memadai. Hal ini menyebabkan perbedaan signifikan dalam tingkat pencapaian dan kontribusi terhadap performa bisnis jaringan.

Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Santoso et al., (2019) terbukti bahwa sumber daya manusia mempunyai pengaruh banyak dan bermanfaat terhadap kinerja perusahaan, terutama jika dikaitkan dengan seberapa banyak kinerja organisasi meningkat apabila sumber daya manusianya ditingkatkan. Artinya bisa meningkatkan ketrampilan untuk menciptakan keunggulan dalam bisnis dan semakin meningkatkan kinerja bisnis tersebut.

Hipotesis 2 : Modal manusia berpengaruh terhadap kinerja bisnis

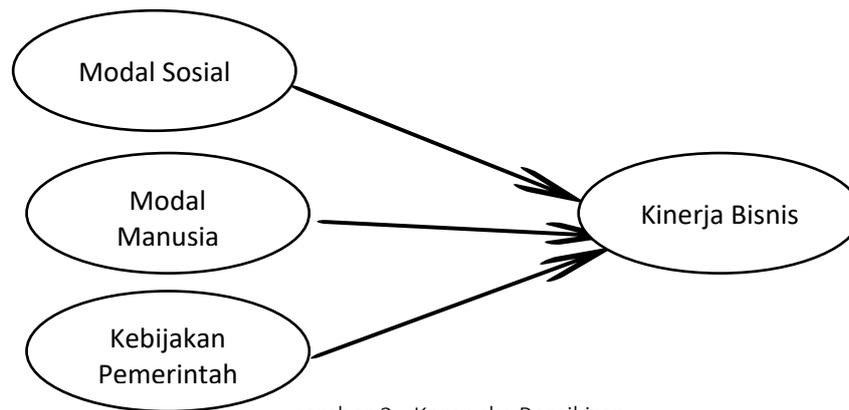
Kebijakan Pemerintah

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai regulasi terkait pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk sektor MLM, melalui UU No. 20 Tahun 2008 dan peraturan turunan lainnya. Regulasi ini bertujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, adil, dan berkelanjutan. Namun, implementasi di lapangan masih sering menemui kendala, seperti lemahnya pengawasan terhadap praktik MLM yang menyimpang, kurangnya pelatihan kewirausahaan yang berkelanjutan, serta belum optimalnya perlindungan hukum bagi distributor sebagai pelaku usaha (Putri, L. A. et al., 2025). Studi Suriyanti dan Binangkit (2019) menunjukkan bahwa dalam beberapa kasus, kebijakan pemerintah belum berfungsi sebagai katalisator dalam memperkuat hubungan antara strategi bisnis dan kinerja usaha. Demikian pula, Taiwo (2022) menyoroti bahwa ketidak konsistenan kebijakan dan rendahnya transparansi dalam pelaksanaan regulasi sering kali menimbulkan ketidakpastian bagi pelaku usaha MLM.

Hubungan kebijakan pemerintah terhadap kinerja bisnis. Dari penelitian terdahulu menurut Taiwo (2022) menyoroti bahwa terbukti adanya ketidak konsistenan kebijakan dan rendahnya transparansi dalam pelaksanaan regulasi sering kali menimbulkan ketidak pastian bagi pelaku usaha MLM.

Hipotesis 3 : Kebijakan pemerintah tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis

Berdasarkan pembahasan tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis, kerangka penelitian bisa ditinjau sebagaimana dalam Gambar 1. di bawah ini :



gambar 2 - Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif semua data dan informasi dalam penelitian ini berasal dari sumber primer. Data dikumpulkan dengan pendekatan kuesioner yang diberikan secara langsung dengan cara wawancara yang diberikan kepada salah satu distributor Tiens Herbal di Jepara. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data yang didapatkan merupakan data secara langsung dari obyek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui teknik penyebaran kuesioner, yang menjadi obyek didalam penelitian ini ialah pelaku distributor Tiens Herbal Di Jepara. Pengukuran penelitian menggunakan skala *likert*, skala *likert* digunakan untuk mengukur pendapat atau persepsi dari responden tentang permasalahan yang ada. Populasi dalam penelitian ini adalah distributor Tiens Herbal yang ada di Jepara. Adapun karakteristik responden yang menjadi objek penelitian yaitu para distributor resmi di Jepara. Jumlah populasi dalam penelitian ini ialah 125 distributor di Jepara dengan jenis tiens herbal yang berbeda-beda dengan penentuan jumlah sampel pada penelitian ini ialah sebanyak 118 responden menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling.

Modal sosial adalah peran penting dalam membentuk kepercayaan antar distributor, memperkuat loyalitas dalam jaringan, serta mempermudah proses perekrutan anggota baru. Modal sosial yang kuat mendorong terciptanya sinergi dan dukungan antar anggota, yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja bisnis secara keseluruhan (Ashari, 2025). Serta, menurut Putman, Jasmine (2014) Modal sosial menggambarkan nilai intrinsik dari jaringan sosial, norma, kepercayaan, dan kerjasama yang ada dalam suatu komunitas. Modal sosial berperan dalam mendorong pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan inovasi pada usaha yang mereka jalankan dengan membentuk jaringan dan kepercayaan sehingga dapat menciptakan kinerja yang memenuhi harapan wirausaha itu sendiri (Evans et al. 2021).

Modal manusia adalah sistem MLM yang sangat menentukan keberhasilan distributor dalam menjelaskan manfaat produk, meyakinkan konsumen, serta membimbing dan memotivasi anggota jaringan (*downline*). Seorang distributor yang memiliki pemahaman mendalam tentang produk dan strategi pemasaran akan lebih mampu bertahan dan berkembang dalam struktur MLM (Sumiyarsih, 2025). Menurut Rompho, Jasmine (2014)

Modal manusia terdiri dari pengetahuan, keterampilan dan nilai-nilai yang dapat digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Tidak ada konsensus di antara akademisi atau pengusaha mengenai indikator atau pengukuran mana yang paling tepat untuk mengukur sumber daya manusia organisasi.

Kebijakan pemerintah adalah faktor eksternal yang dapat mendorong atau menghambat pengembangan sektor bisnis (Destriani, 2023). Menurut Stuart, Suriyanti & Binangkit (2019), bahwa kebijakan pemerintah diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu, frekuensi pelatihan, kemudahan memperoleh akses modal, dan kemitraan usaha. Menurut Haikal (2022), dalam mewujudkan suatu sistem tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) asas dan prinsip akuntabilitas dan transparansi sangat penting untuk diimplementasikan dalam seluruh rangkaian proses pelaksanaan pelayanan di lingkup pemerintahan. Asas dan prinsip akuntabilitas dan transparansi menjadi sebuah indikator dalam mengukur dan menilai kinerja yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencapai dan mewujudkan suatu sistem tata kelola pemerintahan yang baik atau yang biasa dikenal dengan istilah (*good governance*). Indikator kebijakan pemerintah, Frekuensi Pelatihan, Kemudahan memperoleh akses modal, Kemitraan Usaha, dan Transparansi.

Kinerja bisnis adalah konteks dalam industri *Multi Level Marketing* (MLM), kinerja bisnis tidak hanya mencakup pencapaian target penjualan, tetapi juga keberhasilan dalam membangun jaringan distribusi yang kuat dan berkelanjutan (Khairulyadi, 2024). Dengan sistem pemasaran berjenjang, keberhasilan satu distributor akan berdampak langsung terhadap struktur jaringan di atas dan di bawahnya (Fitri et al., 2025). Oleh karena itu, peningkatan kinerja bisnis menjadi suatu keharusan bagi pelaku MLM agar mampu bertahan dalam persaingan pasar yang kompetitif. Menurut Lönnqvist, Zulkifli (2020) mengatakan bahwa kinerja bisnis dapat didefinisikan sebagai kemampuan objek pengukuran untuk mencapai hasil dalam kaitannya dengan tujuan. Kinerja dapat merujuk pada hasil aktual / keluaran dari kegiatan tertentu, bagaimana suatu kegiatan dilakukan, atau kemampuan untuk memperoleh hasil. Berdasarkan penelitian terdahulu, kita dapat mengukur persepsi kinerja bisnis yaitu, Peluang pasar meningkat, Inovasi produk yang ditingkatkan, Metode dan proses kerja yang ditingkatkan, dan Peningkatan kualitas.

Penelitian ini dilakukan pada distributor Tiens Herbal di Jepara. Populasi penelitian ini meliputi 125 Distributor mencakup individu para Admin distributor yang masih aktif. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria Distributor Tiens Herbal di Jepara yang masih aktif sejumlah 118 distributor Data melalui kuesioner, menggunakan skala likert dengan lima level mulai dari 5 sampai 1.

Proses analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda melalui program SPSS 26. Merujuk pada tujuan penelitian ini, model penelitian menggunakan alat pengolah dengan menggunakan SPSS 26 Statistik deskriptif, pengtesan validitas, analisis regresi, pengtesan asumsi klasik, dan pengtesan hipotesis semuanya telah ditangani secara efektif oleh analisis.

4. HASIL

3.1 Analisis Deskriptif Responden

Berikut disajikan hasil pengolahan data deskripsi responden disajikan pada tabel 1 :

Tabel 1 - Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	24	20,33%
Perempuan	94	79,66%
Pendidikan Terakhir		
SMA/SMK	41	34,74%
Perguruan Tinggi	77	65,25%
Status		
Menikah	85	71,94%
Belum Menikah	33	27,95%

Berdasarkan pada tabel 1 dapat diketahui dari 118 responden yang berjenis kelamin laki-laki hanya sejumlah 24 orang atau 20,33%, sedangkan untuk responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 94 orang atau 79,66%. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi ukuran sampel dalam penelitian ini adalah perempuan. Selanjutnya, jenjang terakhir Pendidikan sebagian besar S1 sejumlah 77 orang atau 65,25%, sedangkan SMA/SMK hanya sejumlah 41 orang atau 34,74%. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi ukuran sampel dalam penelitian ini adalah jenjang terakhir pendidikan S1. Adapun, Berdasarkan status responden sebagian besar status menikah dengan 85 orang atau 71,94%, sedangkan belum menikah 33 orang atau 27,95%. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa mayoritas adalah yang sudah menikah.

3.2 Uji Validitas

Berikut disajikan hasil uji validitas :

Tabel 2 - Hasil Uji Validitas

Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
MS01	0,381	0,1809	Valid
MS02	0,393	0,1809	Valid
MS03	0,440	0,1809	Valid
MS04	0,518	0,1809	Valid
MM01	0,516	0,1809	Valid
MM02	0,402	0,1809	Valid
MM03	0,569	0,1809	Valid
KP01	0,381	0,1809	Valid
KP02	0,393	0,1809	Valid
KP03	0,440	0,1809	Valid
KB01	0,413	0,1809	Valid
KB02	0,406	0,1809	Valid
KB03	0,301	0,1809	Valid
KB04	0,427	0,1809	Valid

Berdasarkan pada tabel 2 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini dianggap sah, karena nilai r yang dihitung melebihi nilai r tabel ($r \text{ Hitung} > r \text{ Tabel}$). Nilai R Tabel adalah 0,1522, dihitung dengan $df = 118 - 2 = 116$, pada tingkat signifikansi 0,05.

Disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara modal sosial, modal manusia, kebijakan pemerintah terhadap kinerja bisnis, menunjukkan validitas yang baik. Hal ini mengindikasikan pentingnya faktor-faktor tersebut dalam meningkatkan kinerja pegawai di suatu organisasi.

3.3 Uji Reliabilitas

Berikut disajikan hasil uji reliabilitas :

Tabel 3 - Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Modal Sosial	0,782	4
Modal Manusia	0,615	3
Kebijakan Pemerintah	0,556	4
Kinerja Bisnis	0,668	4

Berdasarkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *alpha Cronbach* untuk setiap variabel melebihi 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk setiap variabel telah memenuhi kriteria reliabilitas dan dianggap reliabel.

3.4 Uji Asumsi Klasik

3.4.1 Uji Normalitas

Berikut disajikan hasil uji normalitas :

Tabel 4 - Hasil Uji Normalitas

N	Normal Parameters		Most Extreme Differences			Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Absolute	Positive	Negative		
118	0.0000000	0,38485308	0,109	0,050	-0,109	0,109	0,123

Berdasarkan pada tabel 4 tersebut, Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,123 seperti yang terlihat pada tabel di atas. Keputusannya adalah bahwa model regresi mengikuti distribusi normal, karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,123 melebihi 0,05.

3.4.2 Uji Multikolinieritas

Berikut disajikan hasil uji multikolinieritas pada tabel 5 :

Tabel 5 - Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Tolerance	VIF
Modal Sosial	0,423	2,362
Modal Manusia	0,882	1,134
Kebijakan Pemerintahan	0,446	2,244

Berdasarkan pada tabel 5 tersebut diketahui bahwa skor VIF semuanya dibawa 10. Maka kesimpulan adalah model regresi lolos dari multikolinieritas.

3.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Berikut disajikan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 6 :

Tabel 6 - Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel ANOVA		Nilai F Hitung	Signifikansi F
		1,421	0,196

Model		T	Sig
1	Modal Sosial	1,387	0,168
	Modal Manusia	1,433	0,155
	Kebijakan Pemerintah	-1,847	0,067

Berdasarkan tabel 6, diperoleh nilai signifikansi F sebesar 1,196 nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($1,421 > 0,05$). Sedangkan nilai F hitung sebesar 1,421 lebih kecil dari nilai F tabel yaitu sebesar 2,68 ($1,421 < 2,68$). Sehingga disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari heteroskedastisitas.

3.5 Hasil Uji Goodnes Of Fit (Kesuaian)

Berdasarkan hasil uji Goodnes Of Fit diperoleh hasil sebagaimana pada tabel 7 :

Tabel 7 - Hasil Uji Goodnes Of Fit (Kesuaian)

F	Sig.
16,191	0,000

Berdasarkan pada tabel 7 Berdasarkan uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 19,191 yang lebih besar dari F tabel (2,68) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan, sehingga model dianggap layak digunakan untuk analisis.

3.6 Koefisien Determinasi (R2)

Berdasarkan pada hasil analisis data yang diperoleh nilai koefisien determinasi sebagaimana pada tabel 8 :

Tabel 8 - Hasil Uji Determinasi (R2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,547 ^a	0,299	0,280

Berdasarkan tabel 8, nilai R sebesar 0,547 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel bebas (Modal Sosial, Modal Manusia, dan Kebijakan Pemerintah) dengan variabel terikat (Kinerja Bisnis). Dalam interpretasi koefisien determinan *R Square*, jika variabel bebas cenderung dari dua maka yang dianalisis adalah koefisien determinan yang disesuaikan (*adjusted R square*). *Adjusted R Square* sebesar 0,299 artinya 29,9% digunakan karena model memiliki lebih dari satu variabel independen.

3.7 Analisis Regresi

Berikut disajikan hasil regresi sebagaimana pada Tabel 9 :

Tabel 9 - Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
(Constant)	9,584
Modal Sosial	0,274
Modal Manusia	0,570
Kebijakan Pemerintah	-0,222

Berdasarkan tabel 9, diperoleh data hasil regresi berganda, persamaan regresi linier yang terbentuk adalah: $Y = -9,584 + 0,274 (X_1) - 0,570 (X_2) + -0,222 (X_3)$.

Nilai konstanta sebesar 9,584 menunjukkan bahwa pada kondisi variabel modal sosial (X_1), modal

manusia (X_2) dan kebijakan pemerintah (X_3) bersifat konstanta. Nilai koefisien regresi Modal Sosial (X_1) sebanyak 0,274 artinya kenaikan modal sosial akan meningkatkan pada kinerja bisnis (Y). Nilai koefisien regresi Modal Manusia (X_2) sebanyak 0,570 artinya kenaikan modal manusia akan meningkatkan pada kinerja bisnis (Y). Nilai koefisien regresi Kebijakan pemerintah (X_3) sebanyak -0,222 artinya kebijakan pemerintah akan cenderung berdampak menurunkan pada kinerja bisnis (Y).

3.8 Uji T (Parsial)

Berdasarkan hasil uji T disampaikan pada Tabel 10 :

Tabel 10 - Hasil Uji T (Parsial)

Model	T	Sig.
Modal Sosial	2,696	0,008
Modal Manusia	5,417	0,000
Kebijakan Pemerintahan	-1,910	0,059

Hasil pengujian hipotesis 1, Modal sosial berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan nilai t statistik sebesar 2,696, yang lebih besar dari t tabel 1,980, dan p-value sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, yang berarti modal sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Hasil pengujian hipotesis 2, Modal manusia berpengaruh terhadap kinerja bisnis, berdasarkan nilai t statistik sebesar 5,417 yang lebih besar dari t tabel 1,980 dan p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti modal manusia memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Hasil pengujian hipotesis 3, Kebijakan pemerintahan berpengaruh terhadap kinerja bisnis, berdasarkan nilai t statistik sebesar -1,910 yang lebih kecil dari t tabel 1,980 dan p-value sebesar 0,059 yang lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak dan H0 diterima. Hal ini berarti kebijakan pemerintahan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

5. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan, mengenai modal sosial telah menunjukkan bahwa berdampak signifikan dalam bisnis MLM. Putri & Santoso (2022), menemukan bahwa jaringan hubungan yang kuat memberikan keunggulan dalam memperluas pasar dan mempertahankan pelanggan. Modal sosial membantu distributor MLM menciptakan kerja sama yang saling menguntungkan antara anggota jaringan mereka. Penelitian lainnya oleh Utama et al. (2023) juga menunjukkan bahwa modal sosial yang didukung oleh norma-norma positif dalam komunitas dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan efektivitas distribusi produk. Penemuan ini sejalan dengan gagasan Coleman (1988), yang menekankan bahwa modal sosial memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan norma yang mendukung kerja sama antar individu. Dalam konteks bisnis MLM, modal sosial memberikan keunggulan kompetitif melalui jaringan hubungan yang kuat. Selain itu, penelitian (Nahapiet dan Ghoshal 1998) menggarisbawahi bahwa modal sosial juga membantu dalam menciptakan modal intelektual, yang sangat penting dalam strategi bisnis berbasis komunitas. Penelitian (Granovetter 1973) juga menekankan pentingnya ikatan sosial dalam membangun keberhasilan bisnis berbasis jaringan. Dengan demikian, modal sosial tidak hanya membantu distributor MLM memperluas pasar, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih bermakna antara distributor dan konsumen serta meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Berdasarkan pada hasil penelitian terkait modal manusia menunjukkan bahwa investasi dalam pendidikan dan pelatihan selalu berdampak langsung pada peningkatan kinerja distributor MLM. (Fauzan dan Rahman 2023) menyoroti bahwa meskipun pelatihan intensif yang diberikan oleh perusahaan MLM dapat meningkatkan kompetensi distributor, seperti kemampuan komunikasi dan strategi pemasaran digital, hal ini tidak selalu berkontribusi secara signifikan terhadap kinerja bisnis mereka. Hal ini bertentangan dengan pandangan (Becker 1993), yang mengemukakan bahwa investasi dalam pendidikan dan pelatihan dapat meningkatkan produktivitas individu dalam pekerjaan mereka. Namun, dalam konteks MLM, distributor yang memiliki pemahaman mendalam tentang produk dan strategi pemasaran tidak selalu mampu menghadapi tantangan bisnis dengan lebih baik. Penelitian (Setiawan dan Lestari 2024) juga menunjukkan bahwa meskipun investasi pada modal manusia melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan dapat meningkatkan kapasitas individu, dampaknya terhadap

pertumbuhan bisnis distributor tidak signifikan. Senada dengan itu, penelitian oleh (Crook et al. 2011) menunjukkan bahwa hubungan antara modal manusia dan kinerja bisnis sering kali dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya. Dengan demikian, modal manusia tidak secara langsung berpengaruh terhadap kinerja bisnis distributor MLM.

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai dorongan kebijakan pemerintah merupakan faktor eksternal yang dapat mendorong atau menghambat pengembangan sektor bisnis (Destriani, 2023). Studi Suriyanti dan Binangkit (2019) menunjukkan bahwa dalam beberapa kasus, kebijakan pemerintah belum berfungsi sebagai katalisator dalam memperkuat hubungan antara strategi bisnis dan kinerja usaha. Demikian pula, Taiwo (2022) menyoroti bahwa ketidak konsistenan kebijakan dan rendahnya transparansi dalam pelaksanaan regulasi sering kali menimbulkan ketidak pastian bagi pelaku usaha MLM.

Dari hasil penelitian ini, terlihat bahwa modal sosial dan modal manusia merupakan faktor yang paling signifikan dalam meningkatkan kinerja bisnis distributor MLM. Oleh karena itu, distributor disarankan untuk terus membangun hubungan kebijakan pemerintah tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam penelitian ini, distributor tetap perlu mengembangkan agar tetap kompetitif. Dukungan dari pihak regulator dapat diarahkan pada peningkatan akses pelatihan, dan program pembinaan bagi distributor. Dengan sinergi antara modal sosial dan modal manusia, distributor MLM dapat lebih kompetitif dan mencapai kinerja bisnis yang lebih baik.

6. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal sosial, modal manusia, dan kebijakan pemerintah terhadap kinerja bisnis Tiens Herbal di Jepara. Hasil penelitian diperoleh 125 distributor Tiens Herbal di Jepara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal sosial, modal manusia berpengaruh positif signifikan, sedangkan kebijakan pemerintah tidak berpengaruh.

modal sosial dan modal manusia berpengaruh terhadap kinerja bisnis, temuan ini memperkuat teori bahwa jaringan sosial, kepercayaan, serta kompetensi individu merupakan fondasi penting dalam pengembangan bisnis berbasis jaringan. Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan perlunya perusahaan MLM untuk fokus pada penguatan jaringan, pembinaan hubungan antar distributor, serta peningkatan kapasitas dan keterampilan pelaku usaha melalui pelatihan yang berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan masukan bagi pemerintah untuk menciptakan regulasi yang lebih konsisten dan mendukung pertumbuhan bisnis MLM secara sehat dan berkelanjutan. Dengan demikian, baik secara teori maupun praktik, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan perbaikan strategi pengelolaan bisnis MLM di masa mendatang.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup yang hanya mencakup distributor Tiens Herbal di Jepara dan penggunaan metode kuesioner yang berpotensi menimbulkan bias subjektivitas responden, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi. Maka penelitian selanjutnya memperluas objek dan lokasi penelitian, menggunakan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif), serta menambah variabel lain seperti inovasi produk dan pemanfaatan teknologi, agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan bermanfaat bagi pengembangan bisnis MLM di Indonesia.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *Definisi modal manusia terhadap kinerja bisnis*. 1–23.
- Arifah, A. (2025). Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan. *Tawshiyah*,

17(1), 47–59. <https://doi.org/10.32923/Taw.V17i01.2943>

- Ashari. (2025). Pentingnya Pendidikan Literasi Keuangan Untuk Kesuksesan Manajemen Keuangan Pribadi. *Stratēgo*, 7(1), 341–349.
- Bukran, B., & Ramdani, R. (2024). Pengaruh Kebijakan Ekonomi Hijau Terhadap Inovasi Bisnis Berkelanjutan Di Sektor Manufaktur. *Economist*, 1(3), 35–42. Diambil Dari <https://E.Journal.Titannusa.Org/Index.Php/Economist>
- Bontis, N., & Serenko, A. (2009). A causal model of human capital antecedents and consequents in the financial services industry. *Journal of Intellectual Capital*, 10(1), 53–69. <https://doi.org/10.1108/14691930910922897>
- Darmawan, D., Fuady, A. H. R., Mardikaningsih, R., & Retnowati, E. (2022). Tiga Pilar Sukses: Perilaku Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 185–192. <https://doi.org/10.47065/tin.v3i5.4112>
- Destriani, A. (2023). Konsep Ekonomi Kerakyatan Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Nusantara*, 2(2), 1–17. <https://doi.org/10.11111/Nusantara.Xxxxxxx>
- Evans P, et.all. 2001. The Global Challenge: Framework For International Human Resource Management McGrae-Hill. <https://www.researchgate.net/publication/23402>
- Fitri, M. A., Islam, U., Sumatera, N., Islam, U., Sumatera, N., Febrianti, T., ... Sumatera, N. (2025). Peran Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 418–425.
- Gusti, N., Ayu, A., Tri, M., Eva, P., & Antari, D. (2025). Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Kejahatan Bisnis Dengan Sistem Ponzi Di Indonesia. *Pampas*, 6(1), 405–421.
- Grootaert, C. (2002). Social Capital, Household Welfare and Poverty in Burkina Faso. *Journal of African Economics*, 11(1), 4–38. <https://doi.org/10.1093/jae/11.1.4>
- Haikal, M. F. (2022). Akuntabilitas dan Transparansi dalam Pelayanan Publik (Studi Kasus Pelayanan E-KTP di Kantor Kecamatan Tallo Makassar). *Jurnal Administrasi Negara*, 28(April), 89–112.
- JASMINE, K. (2014). Definisi Modal Sosial terhadap kinerja bisnis. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 25–48.
- Kamaluddin. (2025). Analisis Maqsud Tahqiqi Al-Adl Dalam Transaksi Multi-Level Marketing Perspektif. *Citizen*, 5(1), 156–164. <https://doi.org/10.53866/Jimi.V5i1.695>
- Khairulyadi. (2024). Modal Sosial Dalam Pengembangan Usaha (Studi Pada Perusahaan Multilevel Marketing, Tiens Group Di Kota Banda Aceh). *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 239–245. <https://doi.org/10.55123/Sosmaniora.V3i2.3857>
- Maharani, A., & Nurlukman, A. D. (2023). Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Umkm Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Di Kota Tangerang. *Sebatik*, 27(1), 333–343. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2160>
- Maulatuzulfa, H., & Rokhmania, N. (2022). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Literasi Keuangan, Modal Keuangan, Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja Umkm. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 171–179.
- Muthia. (2023). Kesesuaian Syariah Pada Bisnis Multi Level Marketing Pt. Jafra Cosmetics (Berdasarkan Fatwa Dsn Mui No.75/Dsn/Mui/Vii/2009). *At Tawazun*, 3(1), April.

- Putri, A. M., & Hayati, K. (2025). Pengaruh Dimensi Eco-Innovation Terhadap Kinerja Bisnis Sustainable Pada Umkm Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2849–2857.
- Putri, L. A., Studi, P., Syariah, A., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2025). Implementasi Akuntansi Lingkungan Di Umkm : Studi Kasus Pada Industri Kerajinan Kayu Di Jepara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 272–283.
- Rahayu Puji Suci. (2009). Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), pp.46-58. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17745>
- Santoso, D., Indarto, I., & Sadewisasi, W. (2019). Pola Peningkatan Kinerja Bisnis Ukm Melalui Modal Sosial Dan Modal Manusia Dengan Kebijakan Pemerintah Sebagai Moderating. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(2), 152. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v21i2.1764>
- Sombolayuk, W. (2015). *definisi kebijakan pemerintahan terhadap kinerja bisnis*. 21(01), 6.
- Suriyanti, L. H., & Binangkit, I. D. (2019). Peran Kebijakan Pemerintah Dalam Memoderasi Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Kota Pekanbaru). *Akuntansi & Ekonomika*, 9(1), 119–128.
- Sumiyarsih. (2025). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2020-2022. *Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(1), 78–92. Diambil Dari https://Books.Google.Com/Books?Hl=En&Lr=&Id=Wijseaaaqbj&Oi=Fnd&Pg=Pa1&Dq=Kalkulator+Pajak&Ots=U5pqiullm&Sig=Tfcabci7w1zo_Hces5yoekaftiy
- Yudadharna, M. V., & Suharso, W. (2025). Business Process Reengineering Pada Cv Putra Santoso Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika*, 10(1), 123–136.
- Winarti, I. S. (2020). *Sistem Multi Level Marketing (Mlm) Pada Pt Tiens Indonesia Perspektif Al-Z | Ari < ' Ah Program Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri. Mlm*.
- Zulkifli, M. (2020). *Inovasi sebagai mediasi untuk meningkatkan kinerja bisnis dengan anteseden kemampuan teknologi dan absorptive capacity*. 01, 1–23.