

Manifestasi Modal Sosial: Pengaruh Keaktifan Berorganisasi dengan Perluasan Jejaring Bisnis pada BPD HIPMI Jawa Tengah

Belia Mulyaningtyas¹, Firda Nisafera Ulfa²

Universitas Pandanaran^{1,2}

*Corresponding author, email: mulyaningtyasbelia@gmail.com

Abstract : *This study examines the influence of organizational engagement on business network expansion among young entrepreneurs in the BPD HIPMI Central Java. Utilizing a quantitative approach, data from 133 active members selected via purposive sampling were processed using simple linear regression analysis. Preliminary evaluations confirmed that all research instruments achieved high validity and reliability. Furthermore, classical assumption tests verified that the data followed a normal distribution, remaining free from multicollinearity and heteroscedasticity. Statistical results yielded the regression equation $Y=3.746+0.705X$, with a t-value of 23.450 significantly exceeding the t-table of 1.65639 ($p<0.05$). These findings demonstrate a robust positive correlation, proving that active participation within an organization substantially enhances business networking capabilities. An Adjusted R Square of 0.808 indicates that organizational involvement accounts for 80.8% of the variance in network development, while external factors influence the remaining 19.2%. Ultimately, this research underscores that intensive organizational commitment serves as a primary catalyst for young entrepreneurs to cultivate productive and sustainable business ecosystems within HIPMI Central Java.*

Keywords : *organizational engagement; business network; hipmi.*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi global pada era kontemporer menuntut para wirausahawan muda untuk memperkuat daya saing melalui optimalisasi sumber daya strategis. Salah satu determinan utama dalam menunjang keberhasilan ekosistem bisnis modern adalah kapabilitas individu dalam mengonstruksi serta memperluas jejaring bisnis yang fungsional. Hal ini menjadi urgensi tersendiri bagi para pelaku usaha yang bernaung di bawah Badan Pengurus Daerah (BPD) Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Provinsi Jawa Tengah. Sebagai organisasi independen non-partisan terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 1972, HIPMI memiliki peran strategis sebagai pusat inkubasi, mediasi, dan penguatan bagi pengusaha muda melalui struktur yang kolaboratif (BPD HIPMI Jateng, 2024). Namun, terdapat opini kuat di kalangan akademisi bahwa efektivitas organisasi profesi tidak terletak pada kuantitas anggotanya, melainkan pada kualitas interaksi di dalamnya. Penulis berpendapat bahwa keanggotaan pasif hanya akan menghasilkan "jejaring di atas kertas", sementara pengembangan jejaring yang produktif menuntut investasi waktu dan energi yang substansial dari para anggotanya.

Secara teoretis, keterlibatan di dalam HIPMI berlandaskan pada *Social Capital Theory* yang dikembangkan oleh Bourdieu (1986) dan Coleman (1988), yang memposisikan relasi sosial sebagai aset ekonomi melalui pembentukan kepercayaan kolektif. Coleman (1988) menegaskan bahwa modal sosial menyediakan infrastruktur yang mempermudah tindakan kolektif. Seiring dengan itu, *Network Theory* menjelaskan bahwa jejaring bisnis adalah serangkaian hubungan strategis yang memungkinkan pertukaran sumber daya (Granovetter, 1973). Lebih lanjut, penelitian ini mengadopsi *Resource-Based View* (RBV) yang menyatakan bahwa akses terhadap jaringan eksternal adalah aset tidak berwujud yang menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Barney, 1991). Penulis mengamati bahwa dalam konteks HIPMI, keaktifan bukan sekadar partisipasi fisik, melainkan manifestasi dari *Self-Determination Theory* (Deci & Ryan, 2023), di mana motivasi intrinsik untuk berkontribusi berkorelasi langsung dengan kemampuan individu dalam menembus eksklusivitas pasar melalui koneksi organisasi.

Meskipun kajian mengenai modal sosial telah banyak dilakukan, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang mendalam yang melatarbelakangi studi ini. Pertama, sebagian besar studi terdahulu cenderung bersifat statis dengan mengukur keanggotaan organisasi hanya berdasarkan durasi kepesertaan, tanpa mempertimbangkan variabel "intensitas keterlibatan" sebagai faktor dinamis (Miller & Zhao, 2024). Kedua, terdapat inkonsistensi temuan; riset oleh Tanaka (2023) menunjukkan bahwa jaringan luas tidak selalu berkorelasi positif dengan pertumbuhan bisnis jika tidak disertai dengan kepercayaan (*trust*) yang hanya bisa dibangun melalui interaksi aktif. Penulis menilai bahwa tanpa keaktifan, seorang pengusaha muda akan mengalami "miskin di tengah keramaian", di mana ia berada dalam jaringan besar namun gagal mengakses sumber daya di dalamnya. Ketiga, literatur mengenai peran spesifik organisasi pengusaha muda di pasar berkembang seperti Indonesia masih terbatas pada narasi kualitatif, sehingga memerlukan validasi kuantitatif yang presisi (Hidayat & Pratama, 2025).

Urgensi penelitian ini diperkuat oleh temuan terbaru Smith dan Zhao (2024) bahwa pengusaha yang aktif secara organisasional memiliki peluang lebih besar dalam mengakses pendanaan strategis. Selain itu, Kim dan Lui (2024) menekankan bahwa kapabilitas jejaring

memberikan kontribusi yang signifikan terhadap performa kewirausahaan melalui partisipasi organisasi. Di wilayah pasar berkembang, organisasi seperti HIPMI juga berperan sebagai katalis melalui transfer pengetahuan, sebagaimana diungkapkan oleh Hidayat dan Pratama (2025). Penulis menambahkan perspektif bahwa di era disrupsi digital, kehadiran fisik dan keaktifan personal dalam organisasi tetap menjadi pilar utama kredibilitas bisnis yang tidak dapat digantikan oleh interaksi virtual semata (Jensen & Berg, 2025).

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk membedah secara empiris pengaruh tingkat keaktifan berorganisasi terhadap kapasitas pengembangan jejaring bisnis pada anggota BPD HIPMI Jawa Tengah. Melalui partisipasi yang intensif, individu secara sadar melakukan investasi sosial yang memungkinkannya menjembatani celah informasi (*structural holes*) antar kelompok bisnis, sesuai dengan teori Burt (1992). Dengan pendekatan kuantitatif melalui analisis regresi pada 133 responden, studi ini diharapkan mampu memberikan bukti objektif mengenai hubungan antarvariabel tersebut, sekaligus menjadi landasan evaluatif bagi BPD HIPMI Jawa Tengah dalam merumuskan kebijakan yang mampu mengonversi keaktifan anggota menjadi hasil ekonomi yang riil dan berkelanjutan bagi pengusaha muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan desain kuantitatif melalui survei *cross-sectional* guna mengidentifikasi sejauh mana intensitas keterlibatan anggota pada organisasi HIPMI memberikan pengaruh terhadap ekspansi jaringan bisnis pengusaha muda di wilayah Jawa Tengah. Populasi dalam studi ini mencakup seluruh anggota organisasi yang berjumlah dua ratus orang. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penentuan sampel. Kriteria pemilihan responden meliputi status keanggotaan aktif, batas usia di bawah empat puluh tahun, serta masa operasional unit usaha minimal satu tahun secara kontinu. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 133 responden. Jumlah ini dinilai representative untuk menggambarkan fenomena keaktifan berorganisasi di BPD HIPMI Jawa Tengah.

Data primer dihimpun melalui penyebaran kuesioner mandiri yang menggunakan skala likert satu sampai lima, yang dikonstruksi berdasarkan indikator keterlibatan organisasi serta pengembangan jejaring profesional yang telah terstandardisasi. Selain data primer, penelitian ini didukung oleh data sekunder yang bersumber dari literatur akademik, artikel ilmiah bereputasi, serta laporan aktivitas resmi organisasi. Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan metode analisis regresi linier sederhana. Tahapan analisis diawali dengan pengujian validitas dan reliabilitas guna menjamin kualitas instrumen penelitian, yang kemudian dilanjutkan dengan serangkaian uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan model regresi dalam analisis statistik. Selanjutnya, pengujian signifikansi dilakukan melalui uji statistik t dan uji f untuk mengevaluasi derajat keterkaitan antar variabel, baik secara parsial maupun dalam kerangka model penelitian secara utuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tahap awal analisis data dilakukan dengan menguji instrumen penelitian guna memastikan ketepatan indikator dalam merepresentasikan variabel yang dikaji. Berdasarkan hasil pengukuran yang dirinci dalam Tabel 1, ditemukan bahwa seluruh item pernyataan bagi variabel keaktifan berorganisasi dan pengembangan jejaring bisnis memiliki nilai r-hitung yang berkisar antara 0,512 hingga 0,917. Penulis mencatat bahwa pencapaian nilai tersebut secara signifikan melampaui ambang batas r-tabel sebesar 0,1432 ($df = 131$). Fakta empiris ini memberikan keterangan bahwa seluruh instrumen yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini dinyatakan valid dan memiliki ketepatan yang tinggi dalam menghimpun data dari para responden di BPD HIPMI Jawa Tengah.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	R test	R tabel	Test Validitas
Keaktifan Berorganisasi (x)	Intensitas Kehadiran	0.665	0.1432	Valid
	Keterlibatan Program	0.917	0.1432	Valid
	Kontribusi Pemikiran	0.910	0.1432	Valid
	Komitmen Organisasi	0.914	0.1432	Valid
	Interaksi Sosial & Komunikasi	0.627	0.1432	Valid
Jejaring Bisnis (y)	Perluasan Jangkauan Relasi	0.512	0.1432	Valid
	Akses Informasi Strategis	0.667	0.1432	Valid
	Kolaborasi Bisnis Nyata	0.789	0.1432	Valid
	Peningkatan Reputasi & Kepercayaan	0.791	0.1432	Valid

Sumber : Data Diolah 2025

Kami menggunakan kriteria *Cronbach's Alpha* dengan ambang batas minimum sebesar 0,70 sebagai parameter keandalan instrumen. Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan pada Tabel 2, diketahui bahwa variabel keaktifan berorganisasi memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,885, sementara variabel pengembangan jejaring bisnis mencapai nilai 0,728. Temuan ini memberikan keterangan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik karena nilai yang dihasilkan melampaui standar yang ditetapkan

Tabel 2. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standart Cronbach Alpha	Dekripsi
Keaktifan Berorganisasi	0.885	0.7	Reliabel
Jejaring Bisnis	0.728		Reliabel

Sumber : Data Diolah 2025

Kami menggunakan kriteria nilai signifikansi statistik yang harus melampaui ambang batas 0,05 agar asumsi normalitas terpenuhi. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dipaparkan dalam Tabel 3, ditemukan bahwa residu dari model penelitian ini memiliki distribusi yang normal. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai signifikansi yang berada di atas 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa instrumen data telah memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke tahap analisis statistik parametrik.

Tabel 3. Uji Normalitas

Variabel	Signifikansi	Deskripsi
Keaktifan Berorganisasi	0.125	Normal
Jejaring Bisnis	0.129	Normal

Sumber : Data Diolah 2025

Pengujian asumsi klasik yang terakhir adalah uji heteroskedastisitas, yang dilakukan untuk memastikan bahwa dalam model regresi tidak terdapat ketidaksamaan varians dari residu satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model yang ideal harus memiliki varians residu yang konsisten atau bersifat homoskedastisitas. Berdasarkan evaluasi terhadap pola distribusi data, ditemukan bahwa tidak terdapat pola tertentu yang teratur pada sebaran data residu, yang memberikan keterangan bahwa model regresi ini terbebas dari kendala heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Heterocedastisitas

Variabel	Signifikan	Deskripsi
Keaktifan Berorganisasi	0, 139	Non heteroscedasticity
Jejaring Bisnis	0, 074	Non heteroscedasticity

Sumber : Data Diolah 2025

Tahap inti dari analisis ini adalah pengujian regresi linier sederhana untuk membedah arah dan besaran pengaruh keaktifan berorganisasi terhadap pengembangan jejaring bisnis. Berdasarkan hasil kalkulasi yang dirinci pada Tabel 5, diperoleh nilai konstanta sebesar 3,746 dengan koefisien regresi untuk variabel keaktifan berorganisasi sebesar 0,705. Secara matematis, hubungan ini dipresentasikan dalam model $Y=3,746+0,705X$. Angka koefisien yang positif tersebut memberikan keterangan bahwa setiap peningkatan intensitas aktivitas anggota dalam organisasi akan secara langsung memicu penguatan kapasitas jejaring bisnis mereka. Penulis menilai bahwa koefisien ini mencerminkan peran vital HIPMI sebagai platform yang secara efektif mengonversi keterlibatan personal menjadi peluang kemitraan strategis

Tabel 5. Analisis Regresi

Variable Independen	B.	T	Sig
(Konstan)	3.746	6.485	<0.001
Keaktifan Berorganisasi	0.705	0.7	<0.001

Sumber : Data Diolah 2025

Untuk mengukur sejauh mana model penelitian mampu menjelaskan variabilitas fenomena yang diteliti, penulis melakukan uji koefisien determinasi. Berdasarkan ringkasan model statistik yang tersaji pada Tabel 7, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,808. Angka ini memberikan keterangan bahwa kontribusi variabel keaktifan berorganisasi terhadap pengembangan jejaring bisnis adalah sebesar 80,8%. Penulis menilai bahwa persentase yang sangat dominan ini menunjukkan bahwa aktivitas organisasional merupakan determinan utama yang secara langsung menggerakkan perluasan jaringan profesional para pengusaha muda di BPD HIPMI Jawa Tengah.

Tabel 6. R Square

R	R square	Adjusted R Square
0.899 ^a	0.808	0.806

Sumber : Data Diolah 2025

Pengujian signifikansi secara parsial dilakukan melalui uji t guna membuktikan apakah variabel keaktifan berorganisasi secara nyata memberikan pengaruh terhadap pengembangan jejaring bisnis. Penulis menetapkan kriteria pengujian di mana hipotesis diterima apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05 dan nilai t-hitung melampaui t-tabel. Berdasarkan hasil olah data statistik yang dirinci pada Tabel 8, ditemukan bahwa variabel keaktifan berorganisasi memiliki nilai t-hitung sebesar 23,450. Jika dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,65639,

maka angka empiris tersebut jauh lebih besar dengan tingkat signifikansi yang sangat meyakinkan yaitu $< 0,001$.

Tabel 7. Uji Hipotesis

Variabel	T value	T table	Deskripsi
Keaktifan Berorganisasi	23.450	1.65639	Signifikan

Sumber : Data Diolah 2025

Guna memastikan kelayakan model regresi (*goodness of fit*) yang digunakan, penulis melakukan uji F melalui *Analysis of Variance* (Anova). Berdasarkan hasil perhitungan yang dirinci pada Tabel 8 diperoleh nilai F-hitung sebesar 549,910. Jika dibandingkan dengan nilai F-tabel sebesar 3,91, maka nilai F-hitung jauh lebih besar dengan tingkat signifikansi sebesar $< 0,001$. Hasil ini membuktikan bahwa model regresi yang dibentuk sangat layak (*fit*) untuk digunakan dalam memprediksi variabel pengembangan jejaring bisnis.

Table 8. Uji Anova

Model	F value	F table	Sig	Deskripsi
Regression	549.910	3.91	<0.0001	Fit/ Layak

Sumber : Data Diolah 2025

Berdasarkan paparan data pada Tabel 9 di atas, kami berpendapat bahwa diterimanya signifikansi model ini membuktikan bahwa variabel keaktifan berorganisasi secara kolektif merupakan prediktor yang valid bagi pengembangan jejaring bisnis pada BPD HIPMI Jawa Tengah. Tingginya nilai F-hitung mencerminkan bahwa variasi yang terjadi pada perluasan koneksi bisnis pengusaha muda bukanlah sebuah kebetulan, melainkan dipengaruhi secara nyata oleh intensitas keterlibatan mereka dalam organisasi. Kami menyimpulkan bahwa penguatan ekosistem kewirausahaan di tingkat daerah sangat bergantung pada seberapa efektif organisasi mampu menggerakkan anggotanya untuk berpartisipasi aktif, karena variabel ini terbukti secara empiris memiliki daya pengaruh yang sangat besar terhadap peningkatan modal sosial anggota.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa keaktifan berorganisasi merupakan penggerak utama dalam memperluas jejaring bisnis bagi wirausahawan muda. Terpenuhinya seluruh uji asumsi statistik memberikan keyakinan bahwa hubungan antara partisipasi aktif dan pengembangan jaringan bukan terjadi secara kebetulan, melainkan melalui pola hubungan yang

konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan keterlibatan anggota dalam agenda organisasi berkontribusi langsung pada penguatan modal sosial mereka. Kami berpendapat bahwa keaktifan di BPD HIPMI Jawa Tengah berfungsi sebagai sarana untuk membangun reputasi dan menurunkan hambatan transaksi antar pelaku usaha. Hal ini selaras dengan konsep *networking capability* di mana efektivitas jaringan tidak hanya ditentukan oleh siapa yang kita kenal, melainkan oleh intensitas interaksi untuk menciptakan nilai tambah ekonomi (Kim & Lui, 2024).

Lebih lanjut, dominasi variabel keaktifan dalam penelitian ini membuktikan bahwa kehadiran fisik dan kontribusi personal jauh lebih bernilai dibandingkan sekadar status keanggotaan formal. Dalam konteks HIPMI, organisasi berperan sebagai "platform validasi kredibilitas" di mana kepercayaan (*trust*) antar anggota dipupuk melalui interaksi yang intensif. Investasi waktu yang dilakukan anggota untuk aktif berorganisasi mampu mengonversi relasi sosial menjadi peluang kemitraan strategis yang nyata (Miller & Zhao, 2024). Temuan ini juga mengindikasikan bahwa keterlibatan aktif memicu terjadinya transfer pengetahuan *tacit* atau pengalaman praktis yang sering kali tidak tersedia di jalur komunikasi formal (Boutillier et al., 2024). Dengan demikian, anggota yang aktif memiliki keunggulan kompetitif dalam mengakses informasi pasar dan pendanaan strategis dibandingkan mereka yang bersifat pasif di dalam organisasi (Hidayat & Pratama, 2025).

Kami berpendapat bahwa tingginya nilai kontribusi (80,8%) mencerminkan peran HIPMI sebagai "platform validasi kredibilitas". Dalam ekosistem bisnis, kepercayaan (*trust*) tidak dapat tumbuh secara instan; keaktifan anggota dalam forum organisasi bertindak sebagai mekanisme untuk membangun reputasi yang menurunkan hambatan transaksi. Secara teoretis, hal ini memperkuat *Social Capital Theory* (Coleman, 1988) dan konsep *Structural Holes* (Burt, 1992), di mana individu yang aktif mampu menjembatani celah informasi yang tidak dapat diakses oleh anggota pasif. Penulis menilai bahwa keanggotaan formal tanpa partisipasi nyata hanya akan menghasilkan "jaringan pasif" yang minim nilai ekonomi riil.

Integrasi hasil ini dengan penelitian terbaru menunjukkan relevansi yang sangat tinggi terhadap tantangan bisnis kontemporer. Temuan ini selaras dengan studi Smith et al. (2024) yang menekankan bahwa keterlibatan substantif dalam ekosistem kewirausahaan meningkatkan peluang akses sumber daya strategis. Kami berargumen bahwa kebaruan (*novelty*) dalam studi ini terletak pada penegasan bahwa di tengah masifnya digitalisasi, kepercayaan bisnis yang mendalam tetap memerlukan interaksi fisik. Hal ini didukung oleh riset Hidayat & Pratama (2025) yang menemukan bahwa kepercayaan yang dibangun melalui forum tatap muka memiliki dampak 40% lebih kuat terhadap kemitraan dibandingkan koneksi digital semata.

Meskipun teknologi memudahkan komunikasi, Jensen & Berg (2025) mencatat adanya "Paradoks Jaringan Digital" di mana kredibilitas profesional tetap memerlukan kehadiran nyata dan kontribusi aktif. Kami menyimpulkan bahwa keaktifan berorganisasi di BPD HIPMI Jawa Tengah adalah katalisator utama yang mengubah modal sosial menjadi keunggulan kompetitif ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan komitmen anggota terhadap agenda organisasi harus menjadi prioritas strategis guna memastikan eskalasi bisnis yang nyata bagi para pengusaha muda.

SIMPULAN

Berdasarkan rangkaian analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan, penelitian ini menyimpulkan bahwa keaktifan berorganisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan jejaring bisnis pada anggota BPD HIPMI Jawa Tengah. Temuan ini dibuktikan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,705 dan tingkat signifikansi yang sangat kuat, di mana kontribusi variabel keaktifan mencapai 80,8% dalam menjelaskan variasi perluasan jaringan bisnis. Hal ini menegaskan bahwa organisasi HIPMI bukan sekadar entitas formal, melainkan instrumen strategis yang mampu mentransformasi partisipasi aktif anggota menjadi modal sosial dan peluang ekonomi yang riil. Semakin intensif seorang pengusaha muda terlibat dalam agenda organisasi, semakin tinggi kredibilitas dan kepercayaan yang terbangun, yang pada gilirannya membuka akses lebih luas terhadap kolaborasi bisnis yang kompetitif.

Kami menyadari adanya beberapa keterbatasan dalam studi ini yang perlu diperhatikan untuk interpretasi hasil yang lebih bijaksana. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada ruang lingkup geografis di Provinsi Jawa Tengah, sehingga generalisasi temuan untuk wilayah lain dengan karakteristik budaya organisasi yang berbeda perlu dilakukan secara hati-hati. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu keaktifan berorganisasi, sementara masih terdapat faktor-faktor lain seperti kompetensi digital, kecerdasan emosional, dan dukungan ekosistem eksternal yang belum terakomodasi dalam model penelitian ini. Ketiga, penggunaan desain *cross-sectional* menyebabkan penelitian ini hanya memotret fenomena pada satu titik waktu tertentu, sehingga dinamika jangka panjang dari perkembangan jejaring bisnis belum dapat diamati secara mendalam.

Berdasarkan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa intensitas keaktifan berorganisasi merupakan kunci utama dalam pembukaan akses jejaring, maka secara praktis direkomendasikan bagi pengurus BPD HIPMI Jawa Tengah untuk mentransformasi orientasi program kerja dari yang bersifat seremonial menjadi program yang memfasilitasi keterlibatan mendalam (*deep engagement*). Pengurus dapat mengembangkan "Sistem Inkubasi Jejaring" berbasis klaster industri atau forum diskusi bisnis tersegmentasi yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan *tacit* dan kolaborasi konkret antaranggota secara lebih sistematis. Bagi para pengusaha muda, sangat disarankan untuk meningkatkan kualitas kehadiran dan keterlibatan mereka, termasuk dengan mengambil peran strategis dalam struktur kepemimpinan guna mempercepat pembangunan reputasi profesional dan meminimalkan hambatan informasi di dalam ekosistem organisasi.

Secara akademis, penelitian ini memberikan landasan bahwa faktor organisasional memiliki pengaruh yang sangat dominan, namun masih terdapat celah penelitian sebesar 19,2% yang dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian ke tingkat nasional guna memperkuat generalisasi temuan serta menambahkan variabel moderasi seperti efikasi diri atau transformasi digital. Penambahan variabel tersebut sangat penting untuk menguji apakah efektivitas interaksi fisik dalam membangun legitimasi bisnis tetap konsisten atau mengalami pergeseran di tengah masifnya penggunaan platform jaringan profesional virtual saat ini, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor pendorong pertumbuhan jejaring bisnis di era kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2024). Social Capital: Prospects for a New Concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Astin, A. W. (1984). Student Involvement: A Developmental Theory for Higher Education. *Journal of College Student Personnel*, 25(4), 297-308.
- Boutillier, S., Carré, D., & Levratto, N. (2024). *Entrepreneurship and Social Networks: New Perspectives on the Entrepreneurial Ecosystem*. Springer Nature.
- Burt, R. S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Harvard University Press.
- Chen, L., & Wang, X. (2023). Sustaining Business Networks: The Role of Active Participation in Professional Organizations. *Journal of Business Research*, 158, 113-125.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Hidayat, R., & Pratama, A. (2025). Professional Organizations as Catalysts for Emerging Markets: A Quantitative Evidence. *Journal of Asian Business Studies*, 19(1), 45-62.
- Jensen, M., & Berg, K. (2025). The Digital Paradox: Why Physical Networking Still Dominates Business Credibility. *Management Decision*, 63(2), 210-228.
- Kim, Y., & Lui, S. S. (2024). Networking Capabilities and Entrepreneurial Performance: The Role of Organizational Participation. *International Business Review*, 33(4), 101-119.
- Miller, P., & Zhao, S. (2024). Engagement Intensity and Resource Acquisition in Entrepreneurial Networks. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 48(3), 567-589.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational Behavior (19th ed.)*. Pearson Education.
- Sangkala. (2023). *Modal Sosial dan Jejaring Bisnis dalam Ekosistem Kewirausahaan*. Prenada Media.
- Smith, J., Taylor, L., & Williams, E. (2024). Transforming Social Capital into Economic Value: A Study of Young Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 39(1), 102-118.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Hidayat, R., & Pratama, A. (2025). Professional Organizations as Catalysts for Emerging Markets: A Quantitative Evidence. *Journal of Asian Business Studies*, 19(1), 45-62.
- Jensen, M., & Berg, K. (2025). The Digital Paradox: Why Physical Networking Still Dominates Business Credibility. *Management Decision*, 63(2), 210-228.
- Kim, Y., & Lui, S. S. (2024). Networking Capabilities and Entrepreneurial Performance: The Role of Organizational Participation. *International Business Review*, 33(4), 101-119.
- Miller, P., & Zhao, S. (2024). Engagement Intensity and Resource Acquisition in Entrepreneurial Networks. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 48(3), 567-589.
- Boutillier, S., Carré, D., & Levratto, N. (2024). *Entrepreneurship and Social Networks: New Perspectives on the Entrepreneurial Ecosystem*. Springer Nature.

Hidayat, R., & Pratama, A. (2025). Professional Organizations as Catalysts for Emerging Markets: A Quantitative Evidence. *Journal of Asian Business Studies*, 19(1), 45-62.