

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah UMKM di Kota Tasikmalaya terus meningkat, mencapai 138.704 unit pada tahun 2023. Sektor kuliner mendominasi dengan 49.632 unit, menciptakan tingkat persaingan yang tinggi, sehingga menciptakan intensitas persaingan yang tinggi. Untuk bertahan dan berkembang, pelaku UMKM kuliner harus berinovasi di tengah perubahan pasar yang dinamis, termasuk pergeseran preferensi konsumen.

Modal sosial merupakan salah satu faktor strategis yang dapat mendorong inovasi melalui pertukaran informasi dan kolaborasi. Penelitian ini secara khusus berfokus pada UMKM kuliner milik perempuan, dengan tujuan untuk mengukur pengaruh modal sosial terhadap inovasi dalam konteks gender ini. Data dianalisis melalui regresi linier sederhana menggunakan metode kuantitatif dengan purposive sampling sebanyak 85 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memengaruhi inovasi secara signifikan sekitar 70,6%. Modal sosial terbukti berkontribusi melalui optimalisasi jaringan sosial yang dimiliki individu atau kelompok bisnis.

Kata Kunci: Modal Sosial, Inovasi, UMKM, Perempuan Pelaku Usaha, Sektor Kuliner, Kota Tasikmalaya.