

Peningkatan Kinerja Ukm Dengan Pengelolaan *Intellectual Capital* Dan Inovasi

Maya Indriastuti

Dista Amalia Arifah

Universitas Islam Sultan Agung

maya.beeyantoro@yahoo.com

Abstract

SMEs played important role in supporting national economic also created new work field and improved public prosperity. For rising SMEs performance they had to maximize their Intellectual Capital and Innovation. However, only little SMEs Adopted Intellectual Capital and innovation for rising their performance. This study aims to analyze the influence of intellectual capital and inovation on SMEs performance. The population used SMEs in handycraft cluster at Semarang city. Sampling using a purposive sampling method and obtained 80 responden as sample. Primary data was used in this research by distribute questioner and processed by multiple regression. The results showed that Intellectual Capital variable which are Structure Capital and Relational Capital influenced SMEs performance, analysis revealed less than 5% of level significant. Whereas innovation variable were insignificant affected SMEs performance.

Keywords : *Intellectual Capital, Innovation, SMEs, Companies Performance*

PENDAHULUAN

Tahun 2010 menandai diberlakukannya Perjanjian Perdagangan China-ASEAN (China-ASEAN *Free Trade Area*, CAFTA). Dengan kesepakatan ini, maka barang-barang antar negara China dan ASEAN akan saling bebas masuk dengan pembebasan tarif hingga nol persen. Sejumlah pengusaha menilai, sektor usaha kecil dan menengah akan tergilas karena serbuan barang-barang murah dari China. Dalam konteks ini, para pelaku bisnis tidak punya pilihan untuk menunda, apalagi mundur. Satu-satunya hal yang harus dilakukan adalah meningkatkan daya saing lokal dengan berbenah, mempersiapkan diri, dan berusaha memenangi persaingan ini (Ulum, 2010).

Di samping peningkatan daya saing produk lokal, perusahaan juga harus memaksimalkan pengelolaan *Intellectual Capital* (IC) yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Strategi ini mutlak diperlukan karena CAFTA ini merupakan pertanda dari munculnya era baru dalam ekonomi, dari *old economy* kepada *new economy*. Dalam *oldeconomy*, kesejahteraan diciptakan melalui peningkatan unit produk dan sistem pengukurannya berdasarkan pada pendapatan (revenue), kos (cost), dan laba (profit). Sedangkan dalam *new economy*, kesejahteraan diciptakan melalui peningkatan *incorporated value added* dari produk dan jasa (Ulum, 2010).

Hingga saat ini, perusahaan di Indonesia sebagian besar masih mempunyai

kecenderungan menggunakan *conventional based* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, sehingga produk yang dihasilkan masih mengandung teknologi yang belum berkembang. Selanjutnya Abidin (2000) menyatakan bahwa jika perusahaan yang ada tersebut mengikuti perkembangan terkini, yaitu fokus pada pengelolaan *intellectual* secara maksimal, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia akan dapat bersaing dengan menggunakan keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh *Intellectual Capital (IC)* yang dimiliki oleh perusahaan. Inovasi yang ada akan mendorong terciptanya produk-produk yang semakin *favourable* di mata konsumen.

Setiarso (2006) menyatakan bahwa Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara (Husband and Purnendu, 1999; Mahemba, 2003; Tambunan, 2005). Beberapa penelitian dalam Setiarso (2006) membuktikan bahwa UKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja (Tambunan, 2005 dalam Setiarso, 2006) dan UKM pada skala internasional merupakan sumber penciptaan lapangan pekerjaan (Olomi, 1999; Lin, 1998; Westhead and Cowling, 1995). Kontribusi UKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran. Sangat penting bagi UKM memanfaatkan pengetahuan secara efisien dan meningkatkan potensi untuk berinovasi, guna memperoleh keunggulan bersaing. Dengan demikian pengelolaan *Intellectual*

Capital (IC) menjadi hal utama bagi perkembangan organisasi di masa depan (Mertins dan Will, 2007). Meskipun IC telah banyak di eksplorasi oleh perusahaan besar akan tetapi untuk lingkup UKM, IC belum secara maksimal di eksplorasi (Ibrahim, 2009). Exploitasi dan eksplorasi pengetahuan memunculkan inovasi administrasi dan teknologi dalam sebuah organisasi. Inovasi yang ada bergantung sepenuhnya pada pengetahuan yang dimiliki, dikatakan lebih jauh oleh Ibrahim (2009) perusahaan di level UKM paling baik jika menggunakan inovasi sebagai platform usaha. Seiring ketatnya persaingan antar UKM. Untuk memenangi persaingan yang ada UKM dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja dengan sumber daya yang dimiliki.

Kinerja perusahaan dan kemampuan untuk bertahan dalam persaingan ditentukan oleh kecepatan sebuah perusahaan mengembangkan kompetensi berbasis pengetahuan. Lebih jauh Bell (1973) dan Nonaka (1994) dalam Daud dan Yusoff (2010) menyatakan bahwa keunggulan bersaing perusahaan yang utama terletak pada pengetahuan. Dengan pengetahuan sebuah perusahaan dapat tetap mempertahankan keunggulan bersaingnya dengan membangun kapabilitasnya untuk belajar lebih cepat daripada pesaingnya (Grant, 1996b; Prusak, 2001 dalam Daud dan Yusoff, 2010). Seperti yang diketahui pengetahuan yang lebih dikenal dengan *Intellectual Capital (IC)* merupakan salah satu modal perusahaan untuk memenangi dalam “*new economy*”, hanya saja IC yang dimiliki perlu dikelola sehingga bisa memaksimalkan kinerja perusahaan (UKM).

Salah satu sektor yang digeluti usaha kecil menengah yang sangat memungkinkan untuk dikembangkan adalah industri kreatif. Sumber daya manusia kreatif dan kekayaan warisan budaya merupakan modal yang kuat bagi bangsa Indonesia untuk bersaing di industri kreatif. Sektor industri ini lebih mengintensifkan penggunaan informasi, kreativitas dan didukung sumber daya manusia yang kreatif. Dengan bekal ini UKM diharapkan bisa bersaing dengan industri besar yang seringkali lebih efisien dan berbiaya produksi lebih murah.

Di Indonesia peran industri kreatif terhadap perekonomian cukup signifikan terhadap PDB rata-rata tahun 2002-2006 adalah sebesar 6,3% atau setara dengan 104,6 triliun rupiah (nilai konstan) dan 152,5 triliun rupiah (nilai nominal) (Departemen Perdagangan RI, 2008). Pemerintah Indonesia berkomitmen mengembangkan ekonomi kreatif karena potensinya yang besar untuk dikembangkan mengingat kekayaan sumber daya insani kreatif dan warisan budaya yang dimiliki. Meskipun begitu, pengembangan industri kreatif sebagai bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif menemui berbagai tantangan. Salah satu tantangan dalam pengembangan industri kreatif adalah kesiapan sumber daya manusia kreatif di Indonesia sebagai pelaku dalam industri kreatif yang perlu pengembangan (Departemen Perdagangan RI, 2008). Di sisi lain fondasi yang mendasari dan input utama dalam industri kreatif adalah *Intellectual Capital*. Dengan demikian pengelolaan *Intellectual Capital* menjadi relevan dalam hal ini karena akan menciptakan nilai tambah bagi bisnis (Hedberg dan Stenius-Bratt, 2006).

UKM Industri kreatif merupakan salah

satu sektor yang diharapkan mampu menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, khususnya di Kota Semarang yang mampu memberikan kontribusi besar pada kehidupan masyarakat yang berupa: PDB (Produk Domestik Bruto), penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Namun demikian, masih terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UKM industri kreatif di Kota Semarang, antara lain tingkat *intellectual capital* dan inovasi pada sektor UKM industri kreatif masih rendah, sehingga belum memberikan kinerja usaha yang maksimal pada UKM industri kreatif di Kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan serta mencari tahu bagaimana meningkatkan kinerja UKM industri kreatif melalui *intellectual capital* dan inovasi yang dimiliki oleh UKM industri kreatif itu sendiri. Penelitian ini akan menggambarkan dan mengeksplorasi elemen dari *Intellectual Capital* dan inovasi yang paling sesuai dengan karakteristik UKM industri kreatif.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Definisi UKM

Beberapa lembaga atau instansi bahkan UU memberikan definisi Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), dan UU No. 20 Tahun 2008. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM) : Usaha Kecil (UK) merupakan entitas usaha

yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Badan Pusat Statistik memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, yakni :

Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 yang ditetapkan pada tanggal 4 Juli 2008 memberikan definisi bahwa :

Usaha Kecil merupakan entitas yang memiliki kriteria: (1) kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sementara itu, Usaha Menengah merupakan entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut: (1) kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat

usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu : *Livelihood Activities*, *Micro Enterprise*, *Small Dynamic Enterprise*, dan *Fast Moving Enterprise*

Industri Kreatif

Industri kreatif adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan *intellectual* yang merupakan harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, dan meraih keunggulan dalam ekonomi global. Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2007).

Industri kreatif ini terdiri beberapa subsektor yang berbasis kreativitas, yakni antara lain: Periklanan, Arsitektur, Pasar barang seni, Kerajinan, Desain, Fesyen, Video, Film, dan Fotografi, Permaian Interaktif, Musik, Seni Pertunjukan, Penerbitan dan percetakan, Layanan Komputer dan piranti lunak, Televisi dan Radio, Riset dan Pengembangan.

Intellectual Capital (IC)

Dalam Rupidara (2008) terdapat beberapa definisi mengenai *Intellectual Capital /IC*,

antara lain oleh Lonnqvist dan Mettanen yang mendefinisikan *Intellectual Capital* sebagai sebuah konsep, Intellectual Capital merujuk pada modal-modal non fisik atau yang tidak berwujud (*intangible assets*) atau tidak kasat mata (*invisible*). *Intellectual Capital* memiliki potensi memajukan organisasi dan masyarakat. Dan secara ringkas Smedlund dan Poyhonen; 2005 (dalam Rupidara, 2008) mewacanakan *Intellectual Capital* sebagai kapabilitas organisasi untuk menciptakan, melakukan transfer, dan mengimplementasikan pengetahuan, seperti yang dinyatakan oleh Williams (2001) dalam Purnomosidhi (2006), *Intellectual Capital* adalah informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai.

Beberapa kerangka konseptual dapat digunakan untuk mengelompokkan dan melaporkan IC. Sveiby, 1997 dalam Cerbioni dan Parbonetti (2007) menawarkan sebuah kerangka yang membagi IC ke dalam tiga kelompok, yang berguna dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam pengungkapan IC, seperti yang dijelaskan dalam Sawarjuwono dan Kadir, 2005 yaitu: *Human Capital* (modal manusia), *Structural Capital* atau *Organizational Capital* (modal organisasi), dan *Relational Capital* atau *Customer Capital* (modal pelanggan).

Inovasi

Inovasi merupakan sebuah proses untuk menciptakan sebuah produk komersial dari penemuan (Hitt *et al*, 2005). Inovasi dapat memberikan empat jenis manfaat selain kas: pengetahuan, merk, ekosistem dan budaya (Andrew & Sirkin dari Anonymous, 2007). Tapi yang paling penting alasan untuk

inovasi dalam suatu organisasi adalah untuk membuat keuntungan.

Motwani *et al.*, 1999 dalam Ngah, 2009 menemukan bahwa struktur organisasi penting untuk inovasi, sebagai pendukung inovasi pada UKM, baik dalam inovasi produk maupun proses. Inovasi produk terjadi pada saat produk baru atau perbaikan produk diperkenalkan ke pasar sementara inovasi proses mengadopsi cara baru untuk membuat produk atau jasa (Maravekalis *et al.*, 2006 dalam Ngah, 2009).

Kinerja UKM Industri Kreatif

Dimensi pertumbuhan dikenal sebagai ukuran kinerja yang paling penting, terutama pada perusahaan kecil (Tsai *et al.*, 1991; Wiklund, 1999) dan merupakan uji kinerja yang baik ditengah kondisi resesi ekonomi dan persaingan yang ketat (Swamidass dan Newell, 1987). Pertumbuhan penjualan merupakan indikator kinerja yang sangat lazim dan telah menjadi consensus sebagai ukuran pertumbuhan yang baik. Pertumbuhan pangsa pasar dapat digunakan untuk mengukur efektivitas pasar. Pertumbuhan laba juga merupakan indicator pertumbuhan yang penting dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan. Dimensi kemampuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau seberapa jauh perusahaan dapat dikelola secara efektif.

***Intellectual Capital* (IC) dan Kinerja UKM**

Jika perusahaan mampu mengkodifikasikan pengetahuan perusahaan dan mengembangkan IC, maka keunggulan bersaing akan dapat

dicapai. Keunggulan tersebut secara relatif akan menghasilkan kinerja bisnis (UKM) yang lebih tinggi (Astuti, 2004). Selain itu *Intellectual Capital* merupakan kunci penentu bagi nilai suatu perusahaan dan kinerja ekonomi nasional. Choo dan Bontis (2002) dalam Astuti (2004). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Pulic (1998). Bontis (1998), dalam Astuti (2004) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *Intellectual Capital* dengan kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1 : *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh positif terhadap kinerja UKM

Inovasi dan Kinerja UKM

Jenis inovasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UKM, khususnya bagi perkembangan inovasi (Oke *et al.*, 2004). Deshpande *et al.* (1993) menemukan bahwa inovasi adalah penentu yang penting bagi kinerja organisasi, bahkan setelah kultur telah dikendalikan. Damanpour (1991, 1996) berpendapat bahwa hubungan antara inovasi dan kinerja UKM tergantung pada pengukuran kinerja dan karakteristik dari suatu organisasi. Selain itu, berbeda jenis atau berbeda kombinasi inovasi juga dapat menghasilkan kinerja UKM yang berbeda (Lee & Chen, 2007). Hubungan positif antara inovasi dan kinerja UKM telah ditemukan di banyak penelitian (Damanpour, 1991, 1996; Kohli & Jaworski, 1993; Hurley & Hult, 1998; Atuahene-Gima, 2001; Keskin, 2006; Wolff & Pett, 2006; Montequin, 2006)

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2 : Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM

METODE PENELITIAN

Disain Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah UKM *Cluster Handycraft*. Studi dilakukan pada industri UKM di Kota Semarang, dengan mengkaji variabel-variabel yang mencakup *Intellectual Capital* dan inovasi yang nantinya akan mempengaruhi kinerja UKM di Kota Semarang. Penelitian dilakukan dengan metode survei dengan menggunakan instrumen kuesioner. Dimensi waktu dalam penelitian ini bersifat *crosssectional* yang dilakukan pada tahun 2011.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini seluruh UKM industri kreatif di Kota Semarang. Pengambilan sampel menggunakan nonprobabilitas (secara tidak acak) dengan metode *purposive sampling* yang berdasarkan kriteria (pertimbangan) tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan *sampling* UKM industri kreatif yang sudah beroperasi minimal dua tahun. Responden dalam penelitian ini adalah para pemilik atau pelaku UKM industri kreatif. Masing-masing responden akan dilakukan wawancara mendalam serta pengisian kuesioner.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. *Intellectual Capital* (IC)

Kerangka *Intellectual Capital* dalam penelitian ini menggunakan kerangka Sveiby yang disesuaikan dengan Montequin *et.al*, 2006 terbagi dalam tiga kelompok yaitu;

a. *Human capital* mencerminkan

kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya, seperti ; intelektual, keahlian, kreativitas, cara kerja. Kuesioner mengenai *Human Capital* terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) yang mengacu pada Astuti (2004).

b. *Structural capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufakturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Kuesioner mengenai *Structural Capital* terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) yang mengacu pada Astuti (2004).

c. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis/*association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar, seluruh relasi eksternal dengan konsumen,

seperti; *suppliers, partners, networks, dan regulators*. Kuesioner mengenai *Relational Capital* terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) yang mengacu pada Astuti (2004).

d.

2. Inovasi

a. Inovasi dalam pengembangan produk baru (pengembangan produk-produk yang dihasilkan dengan model dan/ atau manfaat yang baru dengan memanfaatkan media sebagai sumber inspirasinya). Kuesioner mengenai Inovasi dalam pengembangan produk baru terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) mengacu pada Siyamtinah dkk (2010)

b. Inovasi dalam produksi dan operasi (kemampuan suatu organisasi untuk melakukan peningkatan efisiensi dan keefektifan didalam proses produksi dan operasinya). Kuesioner mengenai Inovasi dalam produksi dan operasi terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) mengacu pada Siyamtinah dkk (2010)

c. Inovasi dalam pemasaran (kemampuan perusahaan untuk mengembangkan berbagai aspek yang terkait dengan pemasaran produk, meliputi : jaringan distribusi dan promosi). Kuesioner mengenai Inovasi dalam pemasaran terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak

setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) mengacu pada Siyamtinah dkk (2010).

3. Kinerja

- a. Dimensi pertumbuhan dikenal sebagai ukuran kinerja yang paling penting, terutama pada perusahaan kecil (Tsai *et al.*, 1991; Wiklund, 1999) dan merupakan uji kinerja yang baik ditengah kondisi resesi ekonomi dan persaingan yang ketat (Swamidass dan Newell, 1987). Pertumbuhan penjualan merupakan indikator kinerja yang sangat lazim dan telah menjadi konsensus sebagai ukuran pertumbuhan yang baik. Pertumbuhan pangsa pasar dapat digunakan untuk mengukur efektivitas pasar. Pertumbuhan laba juga merupakan indikator pertumbuhan yang penting dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan.
- b. Dimensi kemampuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau seberapa jauh perusahaan dapat dikelola secara efektif.

Kuesioner mengenai dimensi pertumbuhan dan kemampuan terdiri dari lima pertanyaan yang diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju) mengacu pada Siyamtinah dkk (2010).

Prosedur Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner secara langsung kepada pengelola atau pemilik UKM industri kreatif yang menjadi objek penelitian ini khususnya UKM yang masuk dalam *cluster handycraft* di kota

Semarang. Pengujian model dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan analisis regresi *linier* berganda dengan menggunakan SPSS Versi 19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Penelitian ini mengambil sampel sejumlah 80 responden, yang terdiri atas UKM industri kreatif *cluster handycraft* di Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan pada bulan November – Desember 2011. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UKM di Kota Semarang yang umur usahanya berjalan lebih dari 2 tahun.

Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit* nya. Secara statistik dapat diukur dari nilai statistik f , Adjusted R^2 dan nilai statistik t . Pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil f-test

ANOVA ^b						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	188.363	6	31.394	8.500	.000 ^a
	Residual	269.625	73	3.693		
	Total	457.987	79			

a. Predictors: (Constant), IPem, HC, IPro, SC,

IPO,RC

b. Dependent Variable: Kinerja

Keterangan :

HC = *human capital*;

SC = *structural capital*;

RC = *relational capital*;

IPro = inovasi dalam pengembangan produk baru;

IPO = inovasi dalam produksi dan operasi;

IPem = inovasi dalam pemasaran

Sumber : data primer yang telah diolah, 2012

Dari hasil pengolahan data diatas dapat terlihat bahwa dengan tingkat kepercayaan dibawah 5% diperoleh nilai F hitung = 8,500 dengan F signifikan sebesar 0,000. Hal ini berarti model regresi dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini yakni *intellectual capital* dan inovasi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM.

Uji Koefisien Determinasi

Uji yang dilakukan untuk mengetahui kontribusi kemampuan menjelaskan variabel independen secara bersama-sama terhadap variansi variabel dependen, yang dapat dilihat pada koefisien determinasi berganda *adjusted* (R^2). Hasil perhitungan koefisien determinasi memberikan kontribusi terhadap variabel terikat sebesar 36,3% yang berarti bahwa semua variabel bebas tersebut mempunyai kemampuan dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 36,3% dan sisanya sebesar 63,7% dipengaruhi faktor lain di luar model. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 ^a	.411	.363	1.922

a. Predictors: (Constant), IPem, HC, IPro, SC, IPO, RC

Keterangan :

- HC = *human capital*;
 SC = *structural capital*;
 RC = *relational capital*;
 IPro = inovasi dalam pengembangan produk baru;
 IPO = inovasi dalam produksi dan operasi;
 IPem = inovasi dalam pemasaran

Sumber : data primer yang telah diolah, 2012

Uji t

Untuk pengujian hipotesis pertama dan kedua dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Ringkasan Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Adjusted R ²
	B	Std. Error	Beta			
Constant	-2.073	3.235		-.641	.524	36,3
HC	.045	.214	.040	.212	.833	
SC	.388	.111	.326	3.492	.001	
RC	.628	.221	.507	2.840	.006	
IPro	-.094	.066	-.138	-1.429	.157	
IPO	.114	.096	.124	1.182	.241	
IPem	.049	.061	.076	.802	.425	

Keterangan :

- HC = *human capital*;
 SC = *structural capital*;
 RC = *relational capital*;
 IPro = inovasi dalam pengembangan produk baru;
 IPO = inovasi dalam produksi dan operasi;
 IPem = inovasi dalam pemasaran

Sumber : data primer yang telah diolah, 2012

Dari hasil pengujian diatas dapat terlihat bahwa dari variabel *intellectual capital* hanya *structural capital* (SC) dan *relational capital* (RC) yang secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM, Hal ini dapat terlihat dari nilai signifikansinya yakni untuk variabel

structural capital (SC) sebesar 0,001; dan untuk variabel dan *relational capital* (RC) sebesar 0,006.

Pengujian Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja UKM

Hasil pengujian pengaruh *intellectual capital* yang meliputi *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *relational capital* (RC) dengan menggunakan regresi linier berganda, menunjukkan hasil nilai *p-value* (0,833);(0,001) dan (0,006) dan masing-masing *t* hitung sebesar 0,212; 3,492; dan 2,840. Hal ini berhasil menunjukkan pengaruh *intellectual capital* yakni *structural capital* (SC), dan *relational capital* (RC) terhadap kinerja UKM. Artinya H1 yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja UKM diterima.

Pengujian Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja UKM

Hasil pengujian pengaruh inovasi yang meliputi inovasi pengembangan produk baru (IPro), inovasi produksi dan operasi (IPO), dan inovasi pemasaran (IPem) dengan menggunakan regresi linier berganda, menunjukkan masing-masing hasil nilai *p-value* sebesar (0,157); (0,241); dan (0,425) $> \alpha$ (0,05) dan masing-masing *t* hitung sebesar -1,429; 1,182; dan 0,802. Hal ini tidak berhasil menunjukkan pengaruh inovasi terhadap kinerja UKM. Artinya H2 yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kinerja UKM ditolak.

Pembahasan

Intellectual Capital Terhadap Kinerja UKM

Berdasarkan hasil pengujian, 80 UKM

yang dijadikan sampel dalam penelitian ini mempunyai *intellectual capital* yang baik dan kompeten serta mempunyai pengetahuan yang lebih. Untuk hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang.

Intellectual Capital merupakan kunci penentu bagi nilai suatu perusahaan dan kinerja ekonomi nasional. Choo dan Bontis (2002) dalam Astuti (2004). Disamping itu, dalam Astuti terdapat hasil penelitian lain yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *Intellectual Capital* dengan kinerja perusahaan Pulic (1998), hasil penelitian tersebut juga didukung oleh Bontis (1998).

Inovasi Terhadap Kinerja UKM

Berdasarkan hasil pengujian, 80 UKM yang dijadikan sampel dalam penelitian ini tidak mempunyai inovasi yang baik dan unik. Untuk hasil analisis regresi menunjukkan bahwa inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang.

Hasil ini bertentangan dengan Deshpande *et al.* (1993); Kohli & Jaworski (1993); Hurley & Hult (1998); Atuahene-Gima (2001); Oke *et al.*, (2004); Keskin (2006); Wolff & Pett (2006); dan Montequin (2006) yang menemukan bahwa inovasi adalah penentu yang penting bagi kinerja organisasi. Sedangkan Damanpour (1991, 1996) berpendapat bahwa hubungan antara inovasi dan kinerja UKM tergantung pada pengukuran kinerja dan karakteristik dari suatu organisasi. Selain itu, berbeda jenis atau berbeda kombinasi inovasi juga dapat

menghasilkan kinerja UKM yang berbeda (Lee & Chen, 2007)

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis hasil pengujian data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Hipotesis yang diajukan baik H_1 menyatakan bahwa pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang menunjukkan hasil yang positif dan signifikan ($p\text{-value} < \alpha 5\%$) yakni *structural capital* dan *relational capital*. Sedangkan *human capital* berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang.
- 2) Hipotesis yang diajukan baik H_2 menyatakan bahwa pengaruh inovasi dalam pengembangan produk baru menunjukkan hasil positif dan tidak signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang, sedangkan inovasi produksi dan operasi, dan pemasaran menunjukkan hasil yang negatif dan tidak signifikan ($p\text{-value} > \alpha 5\%$) terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang.
- 3) Keenam variabel bebas [*intellectual capital* (*human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*)], dan inovasi (pengembangan produk baru, produksi dan operasi, dan pemasaran) secara bersama-sama terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UKM *Cluster Handycraft* di Kota Semarang. Hasil ini terlihat dari $p\text{-value} < \alpha 5\%$, yakni 0,000.
- 4) Keenam variabel bebas [*intellectual capital* (*human capital*, *structural*

capital, dan *relational capital*), dan inovasi (pengembangan produk baru, produksi dan operasi, dan pemasaran) mempunyai kemampuan 36,3% dalam menerangkan variasi variabel terikat (kinerja UKM), artinya kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas dan sisanya 63,7% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

Saran Bagi Penelitian Mendatang

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan di atas, maka saran untuk penelitian yang akan datang antara lain :

- a. Mengidentifikasi variabel lain yang berpengaruh terhadap kinerja UKM seperti; modifikasi produk dan pengembangan produk lanjutan, hal ini dikarenakan variabel inovasi yang tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja UKM.
- b. Memperluas populasi penelitian, dengan tidak hanya menggunakan *cluster handycraft* saja tetapi jenis UKM lain yang diidentifikasi mempunyai intensivitas *Intellectual Capital* yang tinggi.

Daftar Pustaka

- Abidin, (2000). "Dilema Penilaian Intellectual Capital". *Media Akuntansi*. Edisi 7. Th. VII. Pp.44-45
- Afuah, Alan. (2003). *Innovation Management*. 2nd Edition. Oxford University Press. New York.
- Astuti, Partiw Dwi. (2004). "Hubungan Intellectual Capital dan Business Performance". *Tesis Program*

- Pascasarjana, Universitas Diponegoro tidak dipublikasikan.
- Cerbioni, Fabrizio dan Antonio Parbonetti. (2007). "Exploring the Effects of Corporate Governance on Intellectual capital Disclosure: An Analysis of European Biotechnology Companies". *European Accounting Review*, Volume 16, Issue 4 December 2007, pages 791 - 826
- Daud Salina dan Wan Fadzilah Wan Yusoff, (2010). "Knowledge Management and Firm Performance in SMEs: The Role of Social Capital as a Mediating Variable". *Asian Academy of Management Journal*. Vol. 15, No. 2, 135–155, July 2010
- Ghozali, Imam. (2011). "*Analisis Multivariate dengan Menggunakan SPSS*". Cetakan V. BPFE Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hedberg, Anna & Stenius-Bratt, Hedvig, (2006), "Intellectual Capital Management in the Creative Industries", *Thesis*, Center for Intellectual Property Studies, Chalmers University of Technology, Goteborg University, Sweden. Tersediadi <http://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/1890/1/200637.pdf>
- Ibrahim, Abdul Razak, (2009). "The Relationship of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Performance: a Preliminary Study in Malaysian SMEs", *International Journal of Management Innovation Systems*, ISSN 1943-1384, 2009, Vol. 1, No. 1: E1
- Indonesia Design Power-Departemen Perdagangan RI, (2008), Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025, Departemen Perdagangan RI, tersedia di <http://indonesiakreatif.net/cms/wp-content/uploads/2009/10/Buku-4-Program-Kerja-Pengembangan-Industri-Kreatif-Nasional-2009-2015-Departemen-Perdagangan.pdf>
- Purwanto, B. M. (2002). "The Effect of Salesperson Stress Factors on The Job Performance", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 17, No. 2, pp. 150-169.
- Ulum, Ihyaul. (2010). "Memenangkan Persaingan China - ASEAN Free Trade Area (CAFTA) Melalui Optimalisasi Pengelolaan *Intellectual Capital*", Paper ini dipresentasikan pada seminar nasional di FE - UT Tangerang Selatan, 1 Oktober 2010, diakses tanggal 20 April 2011 dari www.google.com
- Mertins, K. and Will, M. (2007) "A Consistent Assessment of Intellectual Capital in SMEs InCaS: Intellectual Capital Statement – Made in Europe." *The Electronic Journal of Knowledge Management* Volume 5 Issue 4, pp. 427 - 436, available online at www.ejkm.com
- Montequin, V.R., Fernandez, F.O., Cabal, V.A., and Gutierrez, N.R. (2006). "An Integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises. *Journal of Information Science*, 32, 525-538.
- Purnomosidhi, Bambang. (2006). "Praktik Pengungkapan Intellectual Capital pada Perusahaan Publik di BEJ", *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol.9, No.1, Januari 2006 Hal 1-20

- Rupidara, Neil, (2008). "Intellectual Capital dan Strategi Pengembangan Organisasi dan Sumber Daya Manusia". *Dipresentasikan pada Forum Diskusi PSKTI Universitas Kristen Satya Wacana* tanggal 21 Februari 2008.
- Sawarjuwono, Tjiptohadi dan Agustine Prihatin Kadir. (2003). "Intellectual capital : Perlakuan, Pengukuran dan Pelaporan (Sebuah Library Research)". *Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 5, No. 1, Mei 2003: 35 – 57*
- Siyamtinah, Sulisty, H., dan Rahmani, E. (2010). "Model Peningkatan Kapabilitas Inovasi Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja UKM di Kota Semarang". *Penelitian Hibah Bersaing*. Tidak Dipublikasikan. Universitas Islam Sultan Agung Kota Semarang.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah.

