

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan mencari informasi dari jurnal ilmiah terdahulu, buku-buku dan skripsi yang membahas tentang teori manajemen yang digunakan sebagai pembanding, mengenai kelebihan dan kekurangan dari teori yang sudah ada. Hal ini dilakukan untuk memungkinkan penulis mendapatkan berbagai teori atau informasi yang berkaitan dengan judul yang telah ditentukan sebagai dasar teori ilmiah.

2.1.1 Modal Intelektual

2.1.1.1 Pengertian Modal Intelektual

Menurut Suwarjuno dalam (Satya Purnama Sari et al., 2021) mendefinisikan *intellectual capital* merupakan jumlah dari apa yang dihasilkan oleh tiga komponen utama organisasi (*human capital, structural capital, customer capital*) yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi yang dapat memberikan nilai tambahan bagi perusahaan melalui keunggulan bersaing sebuah organisasi.

Menurut (Wachyu et al., 2020) *intellectual capital* merupakan salah satu aset tidak berwujud karena memenuhi kriteria dari aset tetap tidak berwujud yang merupakan aset bagi unit bisnis dalam membantu mencapai keunggulan unit bisnis yang kompetitif.

Menurut (Putri Windiarti et al., 2024) *intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud yang disajikan sebagai aset utama dalam bentuk strategi yang dapat

meningkatkan daya saing perusahaan sehingga dapat ditransformasikan untuk menciptakan nilai bagi perusahaan.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital* merupakan kombinasi dari *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan melalui keunggulan bersaing, menjadi aset tidak berwujud yang membantu mencapai keunggulan kompetitif unit bisnis, serta merupakan aset utama dalam bentuk strategi yang meningkatkan daya saing perusahaan dan menciptakan nilai tambah.

2.1.1.2 Indikator Model Intelektual

Menurut Suwarjuno dalam (Satya Purnama Sari et al., 2021) pada teori yang dikemukakannya terdapat tiga indikator modal intelektual, yaitu :

1. Human Capital

Menurut Sawarjuwono dalam (Satya Purnama Sari et al., 2021) *Human capital* merupakan *lifeblood* dalam modal intelektual. Disinilah sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. *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, *Human Capital*-nya juga akan berkembang. Karena mengandung kreativitas, pengetahuan,

keterampilan, dan keahlian pada setiap orang yang bergabung dalam organisasi, maka human capital merupakan komponen utama yang perlu dimiliki oleh setiap jenis usaha. Hal ini karena modal manusia merupakan porsi utama yang harus dimiliki oleh setiap bentuk usaha.

2. *Structrual Capital*

Menurut Sawarjuwono dalam (Satya Purnama Sari et al., 2021) *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. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Structural capital merupakan sarana dan prasarana sebagai pendukung dalam mewujudkan kinerja perusahaan, seperti keahlian perusahaan untuk menguasai pasar, perangkat keras & lunak, struktur yang baik, dan semua kemampuan perusahaan untuk mendukung kapasitas karyawan.

3. *Customer Capital*

Menurut Sawarjuwono dalam (Satya Purnama Sari et al., 2021) *Customer Capital* merupakan pengaruh 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 Pengaruh perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

Customer capital muncul melalui proses mengenal, belajar, dan percaya. Seiring dengan proses tersebut, maka timbul hubungan dengan perusahaan. Pada saat seseorang ingin membeli produk suatu perusahaan, maka keinginan itu didasari oleh kepercayaan, harga dan spesifikasi produk tersebut. Semakin baik hubungan seseorang dengan perusahaan, maka semakin besar kemungkinan untuk membeli produk tersebut.

Indikator modal intelektual menurut (Wachyu et al., 2020) yaitu sebagai berikut :

1. *Human Capital* (Modal Manusia)

Human capital merupakan nilai karyawan yang di tentukan dari kemampuannya dalam menerapkan keterampilan dan keahliannya. Contohnya seperti pengalaman, pendidikan, dan inovasi yang dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing perusahaan.

2. *Structural Capital* atau *Organizational Capital* (Modal Organisasi)

Pengetahuan yang tidak dapat terlihat dan kemampuan dalam merangkul organisasi. Kemampuan suatu organisasi dalam menjalankan unit bisnisnya. Ini mencakup proses, sistem, paten, dan budaya perusahaan yang mendukung operasional dan efisiensi bisnis.

3. *Relational Capital*

Modal yang terdiri dari kerjasama seperti hak cipta dan juga interaksi dengan pelanggan. Relation capital mencakup hubungan dengan mitra bisnis, kepuasan pelanggan dan reputasi merek yang membantu membangun kepercayaan dan loyalitas jangka panjang.

Adapun indikator modal intelektual menurut Kalken dalam (Subaida & Kartikasari, 2020) meliputi beberapa aspek, yaitu :

1. Modal Manusia

Modal manusia dapat berupa pengetahuan, keterampilan dan kemampuan karyawan. Modal manusia juga merupakan kombinasi dari kemampuan individu dalam sebuah organisasi untuk mengatasi masalah yang dihadapi dalam usahanya. Kreativitas dan inovasi dalam perusahaan juga dapat terjadi karena adanya modal manusia.

2. Modal Struktural

Modal struktural adalah infrastruktur yang mendukung kinerja modal manusia. Ini mencakup bangunan, perangkat keras, perangkat lunak, proses, paten, merek dagang, reputasi organisasi, struktur organisasi, sistem informasi, dan basis data.

3. Modal Pelanggan

Modal pelanggan mencerminkan kekuatan dan loyalitas hubungan dengan pelanggan. Indikator-indikator modal pelanggan meliputi tingkat kepuasan pelanggan, frekuensi bisnis yang berulang, kondisi keuangan yang baik, dan responsivitas terhadap perubahan harga.

Meskipun teori-teori indikator modal intelektual pada dasarnya memiliki kesamaan, penulis memilih teori yang dikemukakan oleh Suwarjono dalam (Satya Purnama Sari et al., 2021) karena ada beberapa alasan yang menjadi pertimbangan. Salah satunya adalah relevansi teori tersebut dengan konteks penelitian atau analisis yang sedang dilakukan. Teori Suwarjono sesuai dengan aspek-aspek yang ingin diteliti atau dijelaskan dalam konteks spesifik yang sedang dipelajari oleh penulis. Selain itu, kemungkinan teori tersebut juga telah terbukti atau relevan dalam penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga dapat dianggap sebagai dasar yang kuat untuk mendukung argumen atau temuan penelitian yang baru. Selain itu, penulis mungkin juga mempertimbangkan kejelasan dan kekomprehensifan teori tersebut, serta kemudahan dalam penggunaannya dalam analisis atau interpretasi data.

2.1.2 Perilaku Kerja Inovatif

2.1.2.1 Pengertian Perilaku Kerja Inovatif

Menurut (Khar Kheng et al., 2013) perilaku inovatif dideskripsikan sebagai tindakan yang mengarah pada proses menciptakan dan menerapkan ide-ide baru untuk meningkatkan profesionalisme, mencapai standar tinggi dan ide-ide dalam mengembangkan organisasi.

Menurut (Spiegelaere, 2014) perilaku kerja inovatif merupakan semua perilaku karyawan yang ditujukan untuk menghasilkan ide-ide, mengembangkan ide-ide kemudian mengusulkan ide-ide tersebut untuk pelaksanaan dan mengambil inisiatif untuk menerapkannya didalam kegiatan usahanya.

Menurut Yuan & Woodman dalam (Noerchoidah et al., 2022) perilaku kerja inovatif didefinisikan sebagai pengembangan, mengadopsi, dan implementasi

gagasan baru untuk produk, teknologi dan metode kerja oleh karyawan sering dikalim sebagai penentu penting kesuksesan organisasi. Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku kerja inovatif merujuk pada serangkaian tindakan yang dilakukan oleh karyawan untuk menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide-ide baru dalam upaya meningkatkan profesionalisme, mencapai standar tinggi, dan memajukan organisasi.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Kerja Inovatif

De Jong and Kemp dalam (Fernanda et al., 2023) memaparkan beberapa faktor yang dapat membengaruhi perilaku inovatif, yaitu :

1. Tantangan Kerja (*Job Challenge*)

Ketika karyawan menghadapi tantangan, mereka akan lebih termotivasi secara intrinsik. Rekan kerja dapat dimotivasi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik. Motif ekstrinsik meliputi insentif berdasarkan kenaikan gaji, bonus, dll. Motivator intrinsik termasuk insentif yang diterima oleh partisipasi. Motif intrinsik diharapkan memiliki pengaruh yang lebih signifikan dalam membuat saran dan usaha implementasi.

2. Otonomi (*Autonomy*)

Seseorang akan lebih berinovatif apabila mereka memiliki pemimpin yang cukup mengawasi dan mengontrol ketika mereka bekerja.

3. Perhatian Strategis (*Strategic Attention*)

Perhatian dapat mempengaruhi perilaku inovatif, terutama ditujukan untuk meningkatkan tujuan bisnis yang lebih umum seperti kepuasan kerja dan kinerja.

Perusahaan yang mampu memberikan perhatian yang baik untuk karyawan akan menjadikan karyawan menjadi lebih bekerja dengan baik.

4. Situasi yang Mendukung (*Supportive Climate*)

Perusahaan diharapkan mampu mengetahui situasi yang diperlukan dan diharapkan oleh karyawan, karena dengan mengetahui apa yang diharapkan dari mereka, karyawan akan membuang sedikit waktu dalam memutuskan bagaimana bertindak dalam situasi tertentu. Sehingga, karyawan dapat lebih berinisiatif denganmelakkan inovasi.

5. Kontak Luar (*External Contacts*)

Semakin seringnya rekan kerja berinteraksi dengan klien dan kompetitor maka hal ini memungkinkan pekerja untuk mengidentifikasi peluang pasar dan ancaman dari pekerjaan mereka di lingkungan yang lebih cepat dan menggunakannya untuk pengembangan layanan baru.

6. Perbedaan (*Differentiation*)

Perbedaan situasi, terutama perbedaan situasi pasar akan mempengaruhi perilaku inovatif, karena karyawan tidak ingin perusahaannya tertinggal dari perusahaan lain.

7. Variasi Permintaan (*Variation in Demand*)

Variasi permintaan diharapkan dapat mendorong perilaku inovatif. Ketika Pelanggan menginginkan layanan yang berbeda, maka hal itu membuat karyawa di paksa untuk menghasilkan ide baru secara berurutan untuk menghubungkan dengan kebutuhan pelanggan.

2.1.2.3 Indikator Perilaku Kerja Inovatif

Menurut Jong dan Hartog dalam (Reftiani Tico et al., 2023) indikator perilaku kerja inovatif adalah:

1. *Idea Exploration* (Mengeksplor Ide)

Proses inovasi dimulai dengan tahap eksplorasi ide, yang berarti mencari peluang. Karyawan mampu menemukan peluang atau sebuah masalah yang terjadi di dalam perusahaan kemudian menciptakan ide-ide baru untuk dijadikan solusi dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

2. *Idea Generation* (Mengembangkan Ide)

Karyawan mampu mengembangkan ide yang berkaitan dengan produk baru, layanan, atau proses bisnis saat ini dan mengenalkan ide tersebut untuk proses baru kepada rekan-rekan kerja. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengumpulkan dan memperbaiki informasi yang diperlukan untuk pemecahan masalah atau peningkatan kinerja.

3. *Idea Championing* (Mencari dukungan untuk ide)

Karyawan diharapkan terdorong untuk mencari dukungan untuk ide yang telah dikembangkan agar dapat mewujudkan ide inovasi baru tersebut. Ide-ide inovatif tampak menarik dengan harapan untuk mengisi kesenjangan dalam kinerja. Oleh karena itu, ide-ide inovatif harus didukung, diperkaya, dan siap diimplementasikan oleh rekan-rekan, pemimpin, dan pelanggan.

4. *Idea Implementation* (Menerapkan ide)

Karyawan memiliki keberanian untuk menerapkan ide baru tersebut ke dalam proses kerja yang biasa dilakukan di perusahaan. Hal ini dapat berkaitan

dengan membuat inovasi dalam bentuk proses nyata yang baru maupun mengubah proses yang sudah ada.

Adapun indikator Perilaku Kinerja Inovatif menurut Janssen dalam (Fernanda et al., 2023) sebagai berikut :

1. Menciptakan Ide (*Idea Generation*)

Karyawan dapat mengidentifikasi masalah yang muncul dalam organisasi dan kemudian menghasilkan ide atau solusi baru yang bermanfaat di berbagai bidang. Ide atau solusi tersebut bisa berupa konsep asli atau modifikasi dari produk dan proses kerja yang sudah ada sebelumnya. Sebagai contoh, ketika terjadi masalah di dalam organisasi, karyawan mampu menemukan ide-ide untuk memecahkan masalah tersebut.

2. Berbagi Ide (*Idea Promotion*)

Karyawan berbagi ide atau solusi baru yang telah mereka ciptakan kepada rekan kerja, sehingga ide tersebut bisa diterima oleh semua. Selain itu, mereka juga mengumpulkan dukungan agar ide tersebut memiliki kekuatan untuk diimplementasikan dan direalisasikan dalam organisasi. Misalnya, setelah seorang karyawan menemukan ide sebagai solusi untuk suatu masalah, langkah selanjutnya adalah membagikan ide tersebut untuk mendapatkan dukungan, sehingga ide tersebut dapat diterapkan di dalam organisasi.

3. Realisasi Ide (*Idea Realization*)

Karyawan mengembangkan prototipe atau model dari ide mereka menjadi produk dan proses kerja nyata yang dapat diterapkan dalam lingkungan pekerjaan, tim, atau organisasi secara keseluruhan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan

efisiensi kerja organisasi. Contohnya, ketika seorang karyawan mendapat dukungan dari rekan kerjanya untuk suatu ide, langkah berikutnya adalah menerapkan atau mengaplikasikan ide tersebut dalam organisasi sebagai solusi atas masalah yang ada.

Kemudian adapun indikator perilaku kerja inovatif menurut Kleysen & Street dalam yaitu sebagai berikut :

1. *Opportunity Exploration*

Opportunity Exploration adalah tahap awal dalam proses inovasi di mana individu atau organisasi berupaya untuk mempelajari, mengidentifikasi, dan memahami berbagai kemungkinan dan peluang untuk berinovasi.

2. *Generativity*

Generativity adalah tahap di mana ide-ide inovatif mulai muncul. Proses ini melibatkan eksplorasi kreatif dan brainstorming untuk menghasilkan ide-ide baru yang bisa dikembangkan lebih lanjut.

3. *Formative Investigation*

Formative Investigation adalah tahap di mana ide-ide yang telah muncul mulai diberi bentuk dan diuji untuk kelayakannya.

4. *Championing*

Championing adalah perilaku sosio-politik yang diperlukan untuk mendorong ide-ide inovatif ke arah realisasi.

5. *Application*

Application adalah tahap akhir di mana ide atau solusi inovatif diimplementasikan secara nyata dalam operasi organisasi.

Berdasarkan indikator-indikator Perilaku Kerja Inovatif menurut para ahli diatas, Penulis memilih teori yang dikemukakan oleh Jong dan Hartog dalam (Reftiani Tico et al., 2023) karena indikator yang disajikan dalam teori tersebut terstruktur dengan baik. Hal ini memberikan kerangka kerja yang jelas dan sistematis untuk mengevaluasi perilaku kerja inovatif. Dengan memiliki indikator yang terstruktur, peneliti dapat lebih mudah mengidentifikasi dan mengukur perilaku kerja inovatif secara lebih akurat. Selain itu, teori ini juga mungkin telah melalui validasi empiris yang kuat, sehingga dapat diandalkan sebagai kerangka kerja untuk penelitian tentang perilaku kerja inovatif.

2.1.3 Kinerja UMKM

2.1.3.1 Pengertian Kinerja UMKM

Menurut Prawirosentono dalam (Siswanti, 2020) kinerja yaitu suatu pencapaian kerja yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi sesuai dengan kewajiban dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai visi dan tujuan usaha atau organisasi dan tidak melupakan kaidah hukum yang berlaku sesuai dengan moral dan etika.

Menurut (Joko Susilo et al., 2022) kinerja UMKM adalah sebuah tingkatan keberhasilan seseorang dalam pencapaian atas apa yang telah dikerjakannya yang mencerminkan penjualan, permodalan, jumlah karyawan, pangsa pasar, serta laba yang terus meningkat.

Hasibuan dalam (Warsiyah, 2023) menyatakan bahwa Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya berdasarkan kecakapan,

pengalaman, dan kesungguhan. Berdasarkan pendapat beberapa para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM adalah pencapaian kerja yang dilakukan oleh individu atau organisasi yang sesuai dengan kewajiban dan tanggung jawab mereka, bertujuan untuk mencapai visi dan tujuan organisasi.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM

Menurut Minuzu dalam (Suci Nur Alyza, 2019) terdapat dua jenis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor internal terdiri dari:

- a. Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang *adapatif* dan *transformative* yang mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkandung di alam untuk mencapai kesejahteraan hidup. Sumber daya wirausaha berkaitan dengan manajemen sebagai pemicu proses produksi, pengusaha perlu memiliki kemampuan yang dapat di andalkan untuk mengatur dan mengkombinasikan tenaga kerja dan tugasnya yang tepat, pengusaha harus mempunyai kemampuan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengendalikan.

- b. Aspek Keuangan

Aspek keuangan proses, institusi pasar dan instrument yang terlibat dalam perpindahan atau transfer uang antar individu bisnis dan pemerintah. Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok untuk berdagang, yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.

c. Aspek Teknis Dan Operasional

Aspek teknis dan operasional juga dikenal sebagai aspek produksi yaitu rangkaian kegiatan yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output. Kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas tersendiri. Jadi analisis aspek operasi adalah untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi dan layout serta alat-alat yang digunakan.

d. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan, serta memelihara memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan UMKM. Pasar merupakan tempat berkumpul para penjual yang menawarkan barang atau jasa kepada para pembeli yang mempunyai keinginan dan kemampuan untuk memiliki barang dan jasa tersebut sehingga terjadi kesepakatan transaksi atas kepemilikan barang. Pemasaran meliputi segmentasi, target pasar, dan posisi pasar. Segmentasi pasar adalah proses dimana sebuah produk membagi pasar yang homogeny menjadi heterogen berdasarkan kebutuhan, keinginan dan ciri-ciri konsumen (geografis seperti perkotaan dan pedesaan).

2. Faktor eksternal terdiri dari :

a. Aspek Kebijakan Pemerintah

Aspek kebijakan pemerintah adalah serangkaian tindakan yang dipilih dan dialokasikan secara sah oleh pemerintah atau Negara kepada seluruh anggota

masyarakat untuk memecahkan yang dihadapi guna mencapai tujuan tertentu demi kepentingan masyarakat.

b. Aspek Sosial Budaya Dan Ekonomi

Ketiga aspek non fisik ini baik secara langsung maupun tidak langsung selalu berkaitan dengan kehidupan masyarakat baik didalam kehidupan internal sehari-hari maupun eksternalnya. Dalam kehidupan internal masyarakat, ketika aspek non fisik ini berkaitan dengan perilaku masyarakat yang pada akhirnya berpengaruh dalam kegiatan sehari-hari yang tentunya berdampak pada pola ruang yang dibutuhkan dalam kegiatan tersebut.

2.1.3.3 Indikator Kinerja UMKM

Menurut Lee dan Tsang dalam (Ludiya et al., 2020) terdapat tiga indikator kinerja usaha diantaranya adalah :

1. Pertumbuhan Volume Penjualan

Ini mengacu pada peningkatan jumlah produk atau layanan yang terjual dari waktu ke waktu. Ketika sebuah usaha mencapai pertumbuhan volume penjualan yang baik, artinya produk atau layanan yang ditawarkan diminati oleh konsumen dan jumlahnya terus bertambah.

2. Pertumbuhan Pangsa Pasar

Ini menunjukkan seberapa besar bagian dari pasar atau industri yang dikuasai oleh sebuah perusahaan. Pertumbuhan pangsa pasar yang baik menandakan bahwa usaha tersebut mampu memperluas basis pelanggan atau menarik pelanggan dari pesaingnya.

3. Profitabilitas Usaha

Profitabilitas mencerminkan kemampuan sebuah usaha untuk menghasilkan keuntungan dari aktivitasnya. Ini melibatkan perbandingan antara pendapatan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan. Jika sebuah usaha berhasil memperoleh keuntungan yang stabil dan meningkat dari waktu ke waktu, maka bisa dikatakan bahwa profitabilitasnya baik.

Menurut Afandi dalam indikator-indikator kinerja adalah sebagai berikut :

1. Kuantitas hasil kerja

Segala macam bentuk satuan ukuran yang berhubungan dengan jumlah hasil kerja yang bisa dinyatakan dalam ukuran angka atau padanan angka lainnya.

2. Kualitas hasil kerja

Segala macam bentuk satuan ukuran yang berhubungan dengan kualitas atau mutu hasil kerja yang dapat dinyatakan dalam ukuran angka atau padanan angka lainnya.

3. Efisiensi dalam melaksanakan tugas

Menggunakan berbagai sumber daya secara bijaksana dan dengan cara yang hemat biaya, sehingga mencapai hasil maksimal dengan meminimalkan pemborosan waktu, tenaga, dan material. Hal ini melibatkan pengelolaan yang baik, perencanaan yang efektif, dan penerapan metode kerja yang tepat untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasional.

4. Disiplin kerja

Disiplin kerja merupakan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi.

5. Inisiatif

Kemampuan untuk memutuskan dan melakukan sesuatu yang benar tanpa harus diberi tahu, mampu menemukan apa yang seharusnya dikerjakan terhadap sesuatu yang ada di sekitar, berusaha untuk terus bergerak untuk melakukan beberapa hal walau keadaan terasa semakin sulit.

6. Kepemimpinan

Proses mempengaruhi atau memberi contoh oleh pemimpin kepada pengikutnya dalam upaya mencapai tujuan organisasi.

Indikator kinerja menurut Sandra & Purwanto (2015) adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Penjualan

Mengukur kemampuan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produk atau layanan dalam periode waktu tertentu.

2. Modal Tenaga Kerja

Mengacu pada penggunaan tenaga kerja perusahaan, termasuk jumlah karyawan, kualifikasi, produktivitas, dan kecukupan sumber daya manusia.

3. Pemasaran

Mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran perusahaan dalam menjangkau pasar, mempromosikan produk atau layanan, dan membangun citra merek.

4. Laba

Mengukur keberhasilan finansial perusahaan dengan menganalisis pendapatan bersih setelah semua biaya dan pengeluaran dikurangkan.

Berdasarkan beberapa indikator dari para ahli diatas, Penulis memilih teori yang dikemukakan oleh Lee dan Tsang dalam (Ludiya et al., 2020) karena indikator yang disajikan terstruktur dan lebih relevan dengan konteks penelitian. Selain itu, teori ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengevaluasi kinerja UMKM berdasarkan indikator yang telah teruji dan terbukti secara empiris.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Untuk menjaga keaslian penelitian ini, penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai hipotesis atau jawaban sementara untuk penelitian ini. Untuk melakukan ini, penelitian sebelumnya harus dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan variabel penelitian ini, sehingga dapat diidentifikasi persamaan dan perbedaan antara variabel tersebut, sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Jurnal	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ali Sahin Ornek & Siyret Ayas (2015) Elsevier E-ISSN:1875-6670 P-ISSN:0922-3444	<i>The Relationship Between Intellectual Capital, Innovative Work Behavior and Business Performance Reflection</i>	Pada variabel perilaku kerja inovatif dan <i>intellectual capital</i> terdapat hubungan yang signifikan. Selain itu, terdapat hubungan positif antara variabel <i>intellectual capital</i> dengan kinerja usaha.	Menggunakan variabel X berupa <i>intellectual capital</i> dan perilaku kerja inovatif serta variabel Y berupa kinerja usaha.	Penelitian ini tidak menjelaskan secara spesifik dimana tempat penelitian dilakukan.
2.	<i>Nadežda Jankelová, Zuzana Joniaková and Juraj Mišún</i> <i>Journal of Risk and financial Management</i> (2021) ISSN:1911-8074	<i>Innovative Work Behavior—A Key Factor in Business Performance? The Role of Team Cognitive Diversity and Teamwork Climate in This Relationship</i>	Adanya hubungan langsung yang signifikan antara perilaku kerja inovatif karyawan perusahaan dan kinerja usaha.	Menggunakan perilaku kerja inovatif sebagai variabel X dan Kinerja usaha sebagai variabel Y	Sampel penelitian ini terdiri dari 211 manajer perusahaan yang beroperasi di Slovakia
3.	Hastho Joko Nur Utomo, Irwantoro, Irwantoro, Supar Wasesa, Titik	<i>Investigating the role of innovative work</i>	Perilaku kerja inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan organisasi, variabel dukungan	Menggunakan perilaku kerja inovatif sebagai variabel X dan Kinerja UMKM	Terdapat kepercayaan organisasi dan dukungan organisasi

No	Penulis	Judul Jurnal	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Purwati, Rasmulia Sembiring, Agus Purwanto <i>Journal of law and sustainable developmen</i> ISSN: 2764-4170	<i>Behavior, organizational trust, perceived Organizational support: an empirical study on SMES performance</i>	organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja, variabel perilaku kerja inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, variabel kepercayaan organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.	sebagai variabel Y	sebagai variabel X. Peneliti tidak secara spesifik menyebutkan tempat penelitian.
4.	Sampurnawati & Titien Agustina <i>Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)</i> ISSN: 2722-6247	<i>The Influence of HR Competence and Intellectual Capital on the Performance of MSMEs in Sasirangan Craftsmen</i>	Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Di antara kedua variabel tersebut, modal intelektual modal intelektual memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap UMKM Sasirangan.	Menggunakan modal intelektual sebagai variabel X dan Kinerja usaha sebagai variabel Y	Objek dalam penelitian adalah pelaku UMKM di Sasirangan.
5.	Abu Muna Almaududi Ausat, Anna Widayani, <i>Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura</i> E-ISSN:2088-785X P-ISSN: 2087-3735	<i>The Effect of Intellectual Capital and Innovative Work Behavior on Business Performance</i>	<i>Intellectual capital dan innovative work behavior</i> memiliki efek positif dan signifikan terhadap <i>business performance</i> .	Menggunakan <i>intellectual capital</i> dan perilaku kerja inovatif sebagai variabel X dan kinerja usaha sebagai variabel Y	Objek dalam penelitian adalah pelaku UKM di Yogyakarta
6.	Aswan Satrio Baiquny, Yasmine Nasution Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan (2024) P-ISSN: 1907-4174; E-ISSN: 2621-0681	Peran modal intelektual, keunggulan kompetitif, dan Kemampuan inovasi terhadap kinerja usaha kecil menengah	Memberikan implikasi dan pemahaman tambahan mengenai korelasi Keunggulan Kompetitif, Modal Kapabilitas Inovasi dan Modal Intelektual terhadap kinerja UMKM	Menggunakan Modal intelektual sebagai variabel X dan kinerja UMKM sebagai variabel Y	Populasi yang diambil adalah Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Jabodetabek
7.	Arif Nugroho Rachman Eko Triyanto Jurnal Ilmu Manajemen dan	Pengembangan <i>intellectual capital</i> dalam membangun kinerja umkm komunitas difabel	Modal intelektual memiliki pengaruh terhadap UMKM. Setiap komponen modal intelektual	Menggunakan modal intelektual sebagai variabel X dan kinerja	Studi kasus yang dilakukan pada penelitian ini yaitu UMKM

No	Penulis	Judul Jurnal	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Akuntansi Terapan (2020) p-ISSN 2526-4440 e-ISSN 2086-3748		memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM.	UMKM sebagai variabel Y	komunitas difabel
8.	Gohar Mahmood, Zainab, Qaisar Maqbool Khan, Sadia Munir Sustainable Business and Society in Emerging Economies (2021) ISSN:2708-2504 ISSN (E):2708-2172	<i>Impact of Cloud Based Accounting Financ e Mechanism with Mediating Effect of Innovative Work Behavior on Business Performance</i>	Dengan adanya perilaku kerja inovatif, dampak dari variabel independen dianggap signifikan dan lebih kuat, penelitian ini merekomendasikan bahwa perusahaan harus fokus pada perilaku kerja inovatif untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka.	Menggunakan Perilaku Kerja Inovatif sebagai variabel X dan kinerja sebagai variabel Y	Terdapat mekanisme akuntansi/keuangan berbasis cloud sebagai variabel X
9.	Nany Noor Kurniyati Jurnal Solusi Volume 13, Nomor 1, Mei 2018 ISSN 1907-2376	Pengaruh gaya kepemimpinan transformasional terhadap perilaku inovatif karyawan dan kinerja umkm kecamatan kraton yogyakarta	Perilaku kerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja UMKM.	Menggunakan Perilaku Kerja Inovatif sebagai variabel X dan kinerja sebagai variabel Y	Populasi yang diambil adalah pelaku UMKM kecamatan Kraton Yogyakarta
10.	Nurul Puspita Sari Jurnal Akuntansi Unesa (AKUNESA) 2020 E-ISSN:2686-438X P-ISSN:2302-1195	Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Bisnis Pada Ukm di Kabupaten Sidoarjo (Studi Empiris Pada UMKM Di Bidang Industri)	Modal intelektual yang terdiri atas; modal manusia, modal pelanggan, dan modal struktural berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.	Menggunakan Modal intelektual sebagai variabel X dan kinerja UMKM sebagai variabel	Populasi yang digunakan adalah UMKM di Sidoarjo

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

2.2 Kerangka Pemikiran

Setiap pelaku bisnis menginginkan kesuksesan dalam mengembangkan dan mengoptimalkan usaha yang dimilikinya. Keberhasilan tersebut dapat menjadi sumber motivasi bagi pelaku bisnis untuk mereformasi dan meningkatkan semangat

baru dalam berwirausaha, serta untuk mencapai kinerja usaha yang optimal. Salah satu faktor penting yang dapat membantu pelaku usaha mencapai tujuan ini adalah pengelolaan modal intelektual dan perilaku kerja inovatif.

Modal intelektual mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang dimiliki oleh individu dalam organisasi, serta aset intelektual seperti paten, merek dagang, dan hak cipta. Pengelolaan Modal intelektual yang baik dapat meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, dan layanan, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks usaha, modal intelektual yang dikelola dengan baik akan berkontribusi signifikan terhadap kinerja usaha dengan cara meningkatkan produktivitas dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Perilaku kerja inovatif merupakan perilaku yang mencerminkan kemampuan individu dalam menghasilkan ide-ide baru, mengimplementasikan solusi kreatif, dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Perilaku kerja inovatif sangat penting dalam era modern dan globalisasi saat ini, di mana persaingan bisnis semakin ketat dan cepat berubah. Pelaku usaha yang mendorong perilaku kerja inovatif dalam organisasinya akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menghasilkan produk atau layanan yang lebih unggul.

Kinerja usaha adalah gambaran dari sejauh mana pelaku usaha berhasil mengoperasikan dan mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya dengan efektif. Pengelolaan kinerja usaha yang baik akan menghasilkan keuntungan bagi pelaku usahanya. Dalam upaya mencapai kinerja usaha yang optimal, diperlukan

adanya faktor-faktor yang dapat mendorong kinerja tersebut, yaitu pengelolaan *intellectual capital* dan perilaku kerja inovatif.

Dengan demikian, penelitian ini akan mengkaji bagaimana pengaruh modal intelektual dan perilaku kerja inovatif terhadap kinerja usaha. Penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya kedua faktor tersebut dalam mendukung keberhasilan dan keberlanjutan usaha, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha untuk mengelola modal intelektual dan mendorong perilaku kerja inovatif dalam organisasinya.

2.2.1 Keterkaitan Antara Modal Intelektual Terhadap Kinerja UMKM

Menurut (Puspita et al., 2020) modal intelektual merupakan pengetahuan atau aset tak berwujud yang mengembangkan nilai produk atau layanan, sehingga memberikan kontribusi inovasi dan kreatifitas sumber daya yang dimiliki suatu perusahaan. Ulum dalam (Matabangsa, 2014) Kinerja dan nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh asset berwujud saja akan tetapi asset tidak berwujud sangat berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan nilai perusahaan.

Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Almaududi Ausat et al., 2022) yang menyatakan *intellectual capital* memiliki efek positif dan signifikan terhadap Kinerja usaha, dimana *intellectual capital* dapat digunakan UKM untuk menciptakan kinerja yang diharapkan dan sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja untuk menciptakan karyawan yang akan bertahan dari kebutuhan UKM di masa depan.

Tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santosa (2012) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Modal Intelektual dan

Pengungkapannya Terhadap Kinerja Perusahaan” menyatakan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

2.2.2 Keterkaitan Antara Perilaku Kerja Inovatif Terhadap Kinerja UMKM

Menurut Jong & Hartog dalam Berliana & Arsanti (2018) perilaku kerja inovatif merupakan perilaku individu yang bertujuan untuk mengenalkan ide, proses, produk, atau prosedur baru dan berguna kepada kelompok atau organisasi. Perilaku Inovatif menunjukkan eksplorasi dan penerapan ide-ide baru oleh karyawan sambil menyelesaikan peran mereka untuk meningkatkan kinerja (Bannay 2020). Pekerja yang inovatif cenderung mengumpulkan dan menerapkan berbagai informasi untuk dihasilkan ide-ide kreatif dan baru serta untuk meningkatkan proses yang ada (Purnamaningtyas & Rahardja 2021).

Suatu organisasi yang menerapkan perilaku inovatif untuk menciptakan inovasi yang sangat penting bagi organisasi untuk mempertahankan keunggulan dan membantu organisasi mencapai keunggulan kompetitif dan kesuksesan organisasi Min-Seong Kim (2017). Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Irawati & Nurfadilah, 2021) dimana variabel perilaku kerja inovatif berpengaruh parsial terhadap kinerja pengrajin Galeri Batik Tulis Madura.

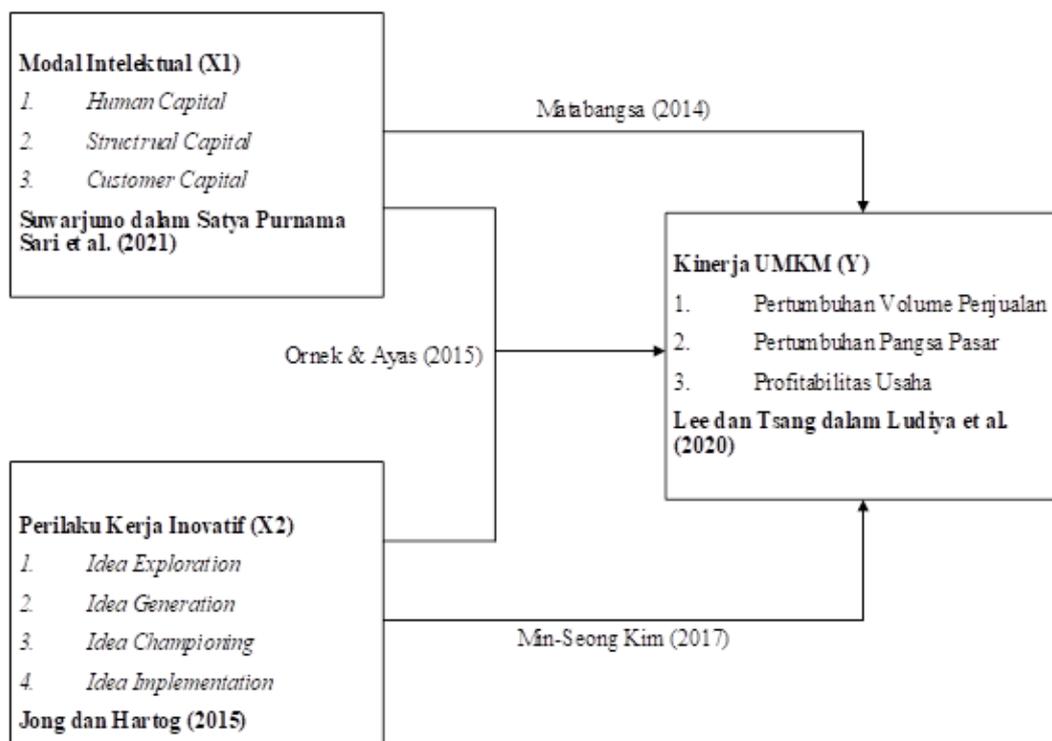
Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Radas (2021) yang berjudul “*The Role Of Innovative Behavior In Forming Employee Performance With Aspects Of The Work Environment And Job Satisfaction At The Agriculture Office Of Ngawi Regency*” menyatakan bahwa Perilaku inovatif berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja.

2.2.3 Hubungan Modal Intelektual dan Perilaku Kerja Inovatif Terhadap Kinerja UMKM

Menurut Örnek & Ayas (2015) mengatakan bahwa efektivitas modal intelektual yang merupakan sumber daya pengetahuan dapat dirasakan di setiap bidang. Meskipun efektivitas modal intelektual tinggi, namun hal tersebut tidak cukup hanya dengan itu saja. Dalam literatur yang dilakukan, terlihat bahwa modal intelektual ditransfer ke inovasi dan dengan demikian menyebabkan peningkatan kinerja. Secara singkat, modal intelektual karyawan yang didasarkan pada perilaku kerja yang inovatif memiliki arti penting bagi banyak bisnis. Keberlangsungan hidup bisnis dan untuk dapat bersaing semakin sulit dari hari ke hari. Bisnis dapat mencapai kinerja tinggi yang mereka butuhkan dengan; mengarahkan modal intelektual dan perilaku kerja inovatif secara harmonis. Modal intelektual yang dapat berubah menjadi inovasi dalam bisnis memiliki sifat untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Pengelolaan modal intelektual yang efektif memainkan peran kunci untuk memastikan keunggulan kompetitif. Hal ini juga menjamin keberlanjutan keunggulan kompetitif. Dalam bisnis di mana modal intelektual diarahkan secara efektif, inovasi dan kegiatan inovatif dapat terjadi lebih mudah juga dengan efek berbagi pengetahuan.

2.2.4 Paradigma Penelitian



Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Creswell & Creswell dalam Yam & Taufik (2021) berpendapat bahwa hipotesis adalah pernyataan formal menyajikan hubungan yang diharapkan antaran variabel independen dan variabel dependen. Sedangkan Abdullah (2015) menyatakan hipotesis adalah jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui penelitian”. Berdasarkan uraian definisi tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa dalam hipotesis terdapat beberapa komponen penting yakni dugaan sementara, hubungan antar variabel dan uji kebenaran. Berdasarkan dari hasil pemikiran teoritis dan kerangka pemikiran, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H1: Diduga modal intelektual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di kawasan kain tekstil di Jalan Tamim Kota Bandung.

H2: Diduga perilaku kerja inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kawasan Tekstil Kain Jalan Tamim Bandung.

H3: Diduga modal intelektual dan perilaku kerja inovatif berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kinerja UMKM di Kawasan Tekstil Kain Jalan Tamim Bandung.