

BAB II

KAJIAN PUSATAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1. Kajian Pusataka

2.1.1 Manajemen Pengetahuan

2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pengetahuan

Menurut **Khan (2012) dalam Fifi Surya Dewi Kusuma dan Devie (2013:162)** menyatakan bahwa:

“Manajemen pengetahuan merupakan formalisasi dan akses ke, pengalaman, pengetahuan dan keahlian yang menciptakan kemampuan baru yang memungkinkan kinerja yang unggul, mendorong inovasi dan meningkatkan nilai pelanggan”.

Menurut **Fifi Surya Dewi Kusuma dan Devie (2013:162)** mengemukakan bahwa:

“Manajemen pengetahuan merupakan salah satu alat manajemen yang dapat digunakan untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi dan menunjukkan keunggulan bersaing sehingga mampu menciptakan kinerja organisasi yang baik.”

Menurut **King (2009) dalam Rahmat Dodi Prasetyo dan Sawarni Hasibuan (2019:15)** menyatakan bahwa:

“Manajemen pengetahuan adalah sebuah perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, serta pengawasan terhadap orang-orang, proses dan juga sistem di dalam sebuah organisasi untuk memastikan bahwa aset-aset serta potensi yang

terkait dengan pengetahuan dapat digunakan secara efektif dan juga dapat ditingkatkan”.

Dari beberapa pengertian diatas penulis bisa menyimpulkan bahwa manajemen pengetahuan merupakan suatu alat manajemen yang mempunyai peranan sangat penting dalam perencanaan organisasi/perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi/perusahaan dan menciptakan kinerja yang unggul.

2.1.1.2 Proses Proses Manajemen Pengetahuan

Ada empat proses dalam manajemen pengetahuan menurut **Gold, Malhotra,dkk (2001) dalam Fifi Surya Dewi Kusuma dan Devie (2013:162).**

Empat proses tersebut yaitu: akuisisi pengetahuan, konversi pengetahuan, aplikasi pengetahuan, dan perlindungan pengetahuan.

a) Akuisisi pengetahuan (knowledge acquisition)

Akuisisi pengetahuan adalah sebuah proses yang meliputi kegiatan pengumpulan, aksesibilitas, dan penerapan dari pengetahuan yang diperoleh (Zaied, Hussein, dan Hassan; 2012). Hal ini juga mengacu pada bagaimana pengetahuan diperoleh dari berbagai sumber eksternal dan internal .

b) Konversi pengetahuan (knowledge conversion)

Pengetahuan yang ditangkap dari berbagai sumber (baik internal maupun eksternal untuk bisnis) perlu diubah menjadi pengetahuan organisasi untuk pemanfaatan efektif dalam bisnis.

c) Aplikasi pengetahuan (knowledge application)

Melalui pemanfaatan pengetahuan dimana pengetahuan yang diperoleh dapat berubah dari kemampuan potensial menjadi kemampuan terealisasi dan dinamis yang mempengaruhi kinerja organisasi. Aplikasi pengetahuan adalah proses penggunaan aktual dari pengetahuan.

d) Perlindungan pengetahuan (knowledge protection)

Perlindungan pengetahuan adalah proses pengamanan asset pengetahuan dan menyimpannya dengan aman serta diakses hanya oleh petugas yang berwenang . Melindungi pengetahuan dari penggunaan ilegal dan yang tidak tepat sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

2.1.1.3 Model Manajemen Pengetahuan

Menurut **Ismail Nawawi (2012:10)** mengemukakan bahwa untuk merancang sistem manajemen pengetahuan yang dapat membantu organisasi untuk meningkatkan kinerjanya diperlukan 4 komponen , yaitu sebagai berikut:

1. Aspek manusia; disarankan pada organisasi menunjuk/memperkerjakan seorang document control dan knowledge manager yang bertanggung jawab mengelola sistem manajemen pengetahuan dengan cara mendorong para karyawan untuk mendokumentasikan dan mempublikasikan knowledge mereka, mengatur file, menghapus knowledge yang sudah tidak relevan, dan mengatur reward dan punishment.
2. Proses; telah dirancang serangkaian proses yang mengimplikasikan konsep model SECI (socialization, externalization, internalization, combination) dalam pelaksanaannya.

3. Teknologi; telah dibuat usulan penambahan infrastruktur yang diperlukan untuk menunjang berjalannya sistem manajemen pengetahuan yang efektif.
4. Isi (content) telah dirancang content dari sistem manajemen pengetahuan, yaitu berupa database knowledge dan dokumen yang dibutuhkan karyawan untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya.

2.1.1.4 Indikator Manajemen Pengetahuan

Salah satu kategorisasi matriks indikator yang diusulkan Bhatt (2000) dalam Setiorini (2012:33), yaitu dengan membagi fokus pada 3 macam area, yaitu:

1. People

Merupakan aspek yang utama dalam kontribusinya terhadap manajemen pengetahuan . Peran dari people disini sangat penting untuk memberikan kontribusi sebagai penghasil knowledge itu sendiri dan penyebar knowledge. Jika aspek ini tidak diperhatikan dengan baik, yang diartikan menggerakkan aspek manusia sebagai pendukung utama, maka KM akan mengalami kegagalan dalam prakteknya. Ini dikarenakan tujuan KM itu sendiri tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari faktor manusianya

2. Process

Suatu Manajemen Pengetahuan yang memiliki proses yang jelas dapat mempermudah dalam pembuatan suatu inovasi dalam pengetahuan dan mempermudah untuk menyalurkan pengetahuan nya. Untuk itu perlu dibuatnya suatu proses transfer dan aliran pengetahuan yang baik melalui identifikasi dan pemetaan pengetahuan.

3. IT (Technology)

Dalam mempermudah penerapan Manajemen Pengetahuan, diperlukan sebuah teknologi yang dapat membantu dalam aliran informasi dan data yang terjadi dalam proses Manajemen pengetahuan, diantaranya dengan mengcapture, menyimpan, dan mempermudah dalam penggunaan informasi dalam organisasi atau perusahaan

2.1.2 Modal Intelektual

2.1.2.1 Pengertian Modal Intelektual

Modal Intelektual menurut **Moehariono (2012:305)** mengatakan bahwa:

“Modal Intelektual adalah pengetahuan (knowledge) dan Kemampuan (ability) yang dimiliki oleh suatu kolektivitas sosial, seperti sebuah organisasi atau perusahaan. Modal Intelektual mewakili sumber daya yang bernilai tinggi dan berkemampuan untuk bertindak dan didasarkan pada pengetahuan. Modal Intelektual adalah materi intelektual yang telah diformulasikan, ditangkap, dan dimanfaatkan untuk memproduksi asset yang lebih tinggi”.

Modal Intelektual mewakili sumber daya yang bernilai dan kemampuan untuk bertindak yang didasarkan pada pengetahuan. Pengelolaan Modal Intelektual menjadi landasan bagi usaha untuk dapat meningkatkan kinerja usaha.

Menurut **Stewart (1997)** dalam Mohammad Alipour **(2012:54)** menyatakan bahwa:

“Intellectual capital as a collection of knowledge, information, intellectual property rights, and experience of each individual in a business entity”

“Modal intelektual didefinisikan sebagai kumpulan pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual hak, dan pengalaman masing-masing individu dalam entitas bisnis”

Menurut **Nurul Puspita Sari (2020)** mengatakan bahwa:

“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”.

Modal Intelektual merupakan asset/modal organisasi yang tidak kelihatan kasat mata yang merupakan kumpulan orang, proses pengubahan dan konsumen yang memberikan nilai daya saing bagi perusahaan.

Menurut **Indah Yuliana, Jam’iyyatul Khoiriyah (2018:19)** modal intelektual merupakan kumpulan manusia dalam perusahaan yang dapat memberikan aspek kompetitif perusahaan dalam posisi pasar.

Definisi lain mengenai modal intelektual dikemukakan oleh **Harianto & Syafruddin (2013)** dalam **Nurul Puspita Sari (2020)** menyatakan bahwa:

“Adanya pengelolaan modal intelektual yang dimiliki perusahaan akan dapat membantu meraih keunggulan bersaing dan akan mendapatkan informasi terkait sampai mana ukuran kemampuan perusahaan dalam mengembangkan pengetahuan yang dimiliki”.

Dari ke enam pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan mengelola dan memanfaatkan Modal Intelektual yang baik maka akan berimbas baik pula bagi usaha yang kita miliki. Suatu usaha akan selalu berusaha untuk mencapai keunggulan dalam persaingan, akan tetapi keunggulan yang dicapai oleh

perusahaan itu tidaklah kekal, kompetitor akan selalu mengikuti keunggulan yang dicapai oleh suatu perusahaan untuk dapat masuk ke persaingan tersebut, seperti menurut Eddy Soeryanto Soegoto dan Santy (2018) mengemukakan bahwa:

“The more dynamic and diapsar competition requires companies to be able to develop its strategic capabilities through the creation and delivery of superior customer value for its customers so ultimately become a competitive advantage.”

Semakin dinamis dan diapsar persaingan mengharuskan perusahaan untuk dapat mengembangkan strategis kemampuan melalui penciptaan dan pengiriman unggul nilai pelanggan bagi pelanggannya sehingga akhirnya menjadi sebuah keunggulan kompetitif. Oleh karena itu diperlukan pembelajaran tentang kejadian-kejadian yang terjadi di masa lalu yang memiliki dampak positif dan mengulangi tindakan tersebut secara sistematis untuk mencapai kesuksesan selanjutnya.

Seperti menurut Santy (2018:3) mengatakan bahwa :

“ The definition of business success is a state that the business has increased from the previous results.”

Kesuksesan bisnis merupakan tujuan akhir dari sebuah perusahaan, bahwa segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk meraih kesuksesan.

2.1.2.2 Indikator Modal Intelektual

Menurut Bontis (1998) dalam Nurul Puspita Sari, (2020) Adapun komponen modal intelektual yang digunakan pada penelitian ini, adalah:

1. Human Capital

Human capital adalah komponen utama yang harus dimiliki oleh setiap jenis usaha karena terdapat inovasi, pengetahuan, keterampilan, dan keahlian pada setiap individu yang masuk ke dalam perusahaan. Human capital sebagai sumber daya utama penambah nilai dalam proses bisnis, seperti keterampilan, pengetahuan, keahlian, kompetensi, sikap, dan ketangkasan (Khalique, Shaari, & Hassan, 2011) dalam Nurul Puspita Sari, (2020). Pentingnya human capital dikarenakan terdapat sumber inovasi dan pembaruan strategis yang berasal dari setiap individu di dalamnya. Nasih (2011) dalam Nurul Puspita Sari, (2020) menjelaskan, human capital merupakan sumber daya kritis yang ada pada setiap personil karena kemampuan untuk, mengungkit, mengarahkan, mengelola, dan mentransformasikan sumber daya untuk menciptakan nilai dan keuntungan bagi perusahaan

2. *Customer Capital*

Teori ini didasarkan pada pengetahuan yang berhubungan antara pelanggan dengan nilai merek, jaringan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan (Khalique et al., 2018) dalam Nurul Puspita Sari, (2020). Hubungan terjadi berkaitan dengan bagaimana para pelanggan tersebut loyal dan merasa puas terhadap bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan melalui pengetahuan yang dimiliki untuk melakukan penilaian atas merek dagang. Penilaian atas perusahaan tersebut oleh pelanggan, secara otomatis membuka jaringan yang lebih luas sebagai ukuran reputasi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, sehingga akan berdampak terhadap

hubungan dengan pemasok, pemerintah, dan asosiasi industri lainnya yang berkaitan dengan perusahaan. Zuliyanti, Budiman, & Delima (2017) dalam Nurul Puspita Sari, (2020) menjelaskan, customer capital merupakan hubungan atau association network yang dimiliki perusahaan dengan para mitranya yaitu pemasok, pelanggan, pemerintah, bahkan masyarakat sekitar.

3. *Structural Capital*

Perusahaan dengan structural capital yang kuat berarti memiliki budaya yang mendorong individu di dalamnya untuk selalu mencoba dan belajar disaat individu tersebut gagal (Bontis, 1998) dalam Nurul Puspita Sari, (2020). Tanpa adanya structural capital, maka hanya menjadi human capital yang apabila mengalami kegagalan akan berdampak pada keberhasilan yang akan diraih perusahaan. Mardiana & Hariyati (2014) dalam Nurul Puspita Sari, (2020) menjelaskan, structural capital meliputi seluruh pengetahuan non-manusia seperti database, struktur organisasi, proses manual, strategi, rutinitas, dan segala sesuatu yang membuat nilai perusahaan lebih besar dari nilai materialnya. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, namun jika perusahaan memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka modal intelektual tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal, sehingga structural capital sangat dibutuhkan untuk mendukung komponen modal intelektual lainnya dalam menghasilkan nilai dan kinerja perusahaan.

2.1.3 Kinerja UMKM

2.1.3.1 Pengertian Kinerja UMKM

Menurut **Payaman Simanjutak (2005)** dalam **Alimudin,dkk (2019:4)** menyatakan bahwa :

“Kinerja adalah tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu.”

Menurut **Hasibuan (2007)** dalam **Rahmat Dodi Prasetyo dan Sawarni Hasibuan (13:2019)** menyatakan bahwa:

“Kinerja adalah sesuatu hasil karya yang dapat dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu.”

Menurut **Wirawan (2009)** dalam **Rahmat Dodi Prasetyo dan Sawarni Hasibuan (13:2019)** menyatakan kinerja adalah keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan atau suatu profesi dalam waktu tertentu.

2.1.3.2 Aspek yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM

Ada beberapa aspek yang mempengaruhi perkembangan UMKM, aspek tersebut antara lain:

1. Aspek Socio- cultural UMKM dinilai kurang memberikan jaminan yang pasti tentang pendapatan, sehingga di masyarakat masih muncul anggapan lebih baik jadi pegawai/ karyawan daripada berwirausaha.
2. Aspek Sumber Daya Manusia UMKM, khususnya di Indonesia, sebagian besar dilakukan oleh warga masyarakat yang hanya memiliki pendidikan seadanya, sehingga lemahnya SDM ini pada akhirnya turut melemahkan juga perkembangan UMKM.

3. Aspek Keuangan Pengelolaan yang masih tradisional dan juga keterbatasan permodalan menjadi aspek keuangan klasik bagi UMKM yang menghambat perkembangan UMKM itu sendiri.
4. Aspek Produksi Penguasaan teknologi produksi yang lemah, keterbatasan permodalan untuk penyediaan peralatan produksi membuat UMKM perlu mengembangkan dirinya.
5. Aspek Pemasaran Pemilihan saluran pemasaran yang tepat akan berkontribusi signifikan bagi perkembangan UMKM.
6. Aspek Regulasi Pemerintah harus berperan aktif dalam merumuskan regulasi-regulasi yang memfasilitasi keberadaan dan perkembangan UMKM ini.

2.2.3.2 Peran UMKM dalam Perekonomian

Peran Usaha Kecil dan Menengah seperti yang diungkapkan oleh **(Tran, Tulus Tambunan, dkk, 2009 : 2) dalam Setyowati Subroto (2016:338)** mengemukakan bahwa UKM mempunyai karakteristik yang khusus karena :

1. Jumlah mereka sangat besar, dan khususnya usaha kecil (UK) dan mikro (MIEs) yang tersebar luas di seluruh daerah pedesaan dan karena itu mereka mungkin memiliki arti khusus "lokal" arti penting bagi ekonomi pedesaan.
2. Sebagian besar UKM di negara berkembang terletak di daerah pedesaan, mereka juga kegiatan terutama berbasis pertanian. Oleh karena itu, upaya pemerintah untuk mendukung UKM juga merupakan cara tidak langsung untuk mendukung pembangunan di bidang pertanian.

3. UKM pedesaan dapat berfungsi sebagai sektor yang penting memberikan jalan bagi pengujian dan pengembangan kemampuan kewirausahaan di daerah pedesaan.
4. Banyak juga UKM yang terlibat dalam produksi alat-alat sederhana, peralatan, dan mesin untuk memenuhi tuntutan petani dan produsen di industri, perdagangan, konstruksi, dan sektor transportasi

2.1.3.3 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)

menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 dalam [R Sudaryanto, RR Wijayanti](#) (2013:17) digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 2.1 Kriteria UMKM

No.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks. 50 juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 juta – 500 jut	>30 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menegah	> 500 juta – 10 Miliar	>2,5 Miliar-50 miliar

b. Kriteria Usaha Kecil dan Menegah Berdasar Perkembangan

Selain berdasar Undang-undang tersebut, dari sudut pandang perkembangannya Rahmana (2008) dalam [R Sudaryanto, RR Wijayanti](#) (2013:17) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu:

1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.

2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor

4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

2.1.3.4 Indikator Kinerja UMKM

Menurut **Magdalena Silawati et.al** dalam penelitiannya **(2016:1365)** Variabel Kinerja adalah ukuran peningkatan kegiatan usaha pelaku UMKM dalam mewujudkan tujuan yaitu melalui indikator:

a. **Pertumbuhan Penjualan**

Merupakan bagaimana tanggapan responden terhadap tingkat pertumbuhan penjualan

b. **Pertumbuhan Modal**

Merupakan bagaimana tanggapan dari responden terhadap tingkat pertumbuhan modal

c. **Pertumbuhan Tenaga Kerja**

Merupakan bagaimana tanggapan dari responden terhadap penyerapan tenaga

kerja

d. Pertumbuhan Laba

Merupakan bagaimana tanggapan dari responden terhadap rata-rata pertumbuhan laba.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Bisnis Pada Ukm Di Kabupaten Sidoarjo (Studi Empiris pada UKM di Bidang Industri) Oleh: Nurul Puspita Sari (2020) ISSN: 1978-9998	Hasil bahwa modal intelektual yang terdiri atas human capital, customer capital, dan structural capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UKM	Penggunaan variabel Modal Intelektual (X1) sebagai variabel independen dan kinerja Bisnis UKM (Y) sebagai dependen	Tidak ada variabel Manajemen Pengetahuan (X2) sebagai variabel independen dalam penelitian ini
2	Modal Intelektual, Keunggulan Kompetitif, Dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan High-Ic Di Indonesia Dan Singapura Oleh: Indah Yuliana, Jam'iyatul Khoiriyah (2016) ISSN: 2621-7902	Berdasarkan hasil analisis statistik, Modal Intelektual terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan melalui Keunggulan Kompetitif berpengaruh positif dan signifikan pada perusahaan Indonesia dan Singapura.	Penggunaan variabel Modal Intelektual (X1) sebagai variabel independen dan kinerja Keuangan Perusahaan (Y) sebagai dependen	Tidak ada variabel Manajemen Pengetahuan (X2) sebagai variabel independen dalam penelitian ini

3	Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kudus) Oleh: Zuliyati, Nita Andriyani Budiman, Zamrud Mirah Delima (2017) ISSN: 22527141	Hasil penelitian menunjukkan UMKM di Kabupaten Kudus yang bergerak di bidang jasa dan non jasa sama-sama menyadari betul akan arti penting intellectual capital dalam usahanya karena diyakini dapat meningkatkan kinerja usahanya. Mengingat pentingnya intellectual capital bagi UMKM, maka pengelola atau pemilik UMKM harus menjaga dan meningkatkan intellectual capital bagi SDM yang sudah dimiliki.	Penggunaan variabel Modal Intelektual sebagai variabel independen dan Kinerja UMKM sebagai variabel dependen	Tidak menggunakan variabel Manajemen Pengetahuan sebagai variabel independen
4	Pengaruh Manajemen Pengetahuan Dan Inovasi Organisasi Terhadap Kinerja Umkm (2019) Oleh : Endah Prihartini, Anwar Sanusi ISSN: 2337-4012	Berdasarkan hasil penelitian Manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi UMKM. Artinya manajemen pengetahuan merupakan faktor pendorong bagi peningkatan kinerja organisasi. Semakin tinggi kemampuan yang dimiliki para pelaku usaha ataupun semakin banyak pengetahuan yang ada pada diri pelaku usaha serta pemahaman yang baik terhadap Standar Operasi Prosedur (SOP) maka kinerja organisasinya akan semakin baik.	Penggunaan variabel Manajemen Pengetahuan sebagai variabel independen dan variabel Kinerja UMKM sebagai Variabel dependen	Tidak menggunakan variabel Modal Intelektual sebagai variabel independen

5	Analisis Pengaruh Pemberdayaan dan Kinerja UMKM terhadap Kesejahteraan Pelaku UMKM Oleh: Magdalena Silawati Samosir et.al (2016) ISSN: 2337-3067	Hasil analisis PLS menyimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku UMKM serta pemberdayaan dan kinerja UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan pelaku UMKM, dan kinerja secara signifikan berperan memediasi pengaruh pemberdayaan terhadap kesejahteraan pelaku UMKM di Kabupaten Sikka-NTT. Oleh karena itu perlu diadakan peningkatan pemberdayaan dan kinerja UMKM guna meningkatkan derajat kesejahteraan pelaku UMKM.	Sama-sama menggunakan variabel Kinerja UMKM	Variabel Kinerja UMKM sebagai variabel independen sedangkan penulis menggunakan variabel kinerja UMKM sebagai variabel dependen. Dan penulis tidak menggunakan variabel Pemberdayaan dan Kesejahteraan pelaku UMKM dalam penelitian ini
6	Integrasi Intellectual Capital Dan Manajemen pengetahuan Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Ukm Kota Tangerang Oleh : Humairoh dan Agung Budi (2019) ISSN :280-2127	Interaksi antara IC dan KM dengan kinerja bisnis terbukti berpengaruh. Hal ini memberikan bukti bahwa IC dan KM dapat diintegrasikan untuk peningkatan kinerja bisnis perusahaan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intellectual capital dan manajemen pengetahuan terhadap peningkatan kinerja penjualan	Penggunaan Variabel Intellectual Capital dan Manajemen Pengetahuan sebagai variabel Independen, serta penggunaan variabel Kinerja sebagai Variabel Dependen	Penelitian terdahulu menggunakan peningkatan penjualan pada variabel dependen.
7	The Impact of Intellectual Capital - Manajemen pengetahuan Strategy Fit on Firm Performance Oleh: Zhining Wang, Nianxin Wang, Jinwei Cao, Xinfeng Ye (2016) ISSN: 0025-1747	The first finding of our study is uncovering the fit between IC and KM strategy and its performance implications.	Penggunaan Variabel Intellectual Capital dan Manajemen Pengetahuan sebagai variabel Independen, serta penggunaan variabel Kinerja Perusahaan sebagai Variabel Dependen	Pada penelitian terdahulu tidak menggunakan UMKM sebagai unit analisisnya.

8	Intellectual Capital, Manajemen pengetahuan, and Firm Performance in Indonesia Oleh : Hesniati, Farah Margaretha, and Robert Kristaung (2019) ISSN: 2507-1076	Based on the result of this research, both of intellectual and manajemen pengetahuan have positive and significant impact to firm performance	Penggunaan Variabel Intellectual Capital dan Manajemen Pengetahuan sebagai variabel Independen, serta penggunaan variabel Kinerja Perusahaan sebagai Variabel Dependen	Pada penelitian terdahulu menggunakan Kinerja Perusahaan untuk variabel dependen sedangkan penulis menggunakan kinerja UMKM untuk variabel dependen.
9	Intellectual Capital And Firm Performances Oleh : Rafrini Amyulianthy, Yetty Murni (2015) ISSN: 2319 – 8028	There is a significant relationship between intellectual capital to firm performance when the company's performance was measured by ROA. This proves the first hypothesis and second hypothesis of this study is accepted. That there is significant effect between intellectual capital (VAICTM) to ROA for the company in a category were categorized as manufactured and non-manufactured companies. These results suggest that intellectual capital is one of the important variables that determine the performance of companies in several sectors in Indonesia	Penggunaan Modal Intelektual sebagai variabel independen	Tidak ada penggunaan Manajemen pengetahuan sebagai variabel independen
10	Intellectual capital, manajemen pengetahuan practices and firm performance Oleh: Henri Inkinen (2016) ISSN: 1456-4491	The results of these studies pointed out key strategic valuable IC dimensions and KM practices that can be utilised to leverage the firm's IC to create competitive advantage. Especially, it was pointed out that relationship-centred IC enables innovation and market performance, and that strategic KM practices, technology-	Penggunaan variabel Pengetahuan Manajemen sebagai variabel independen dan Modal Intelektual sebagai variabel Independen serta kinerja sebagai variabel dependen.	Dalam penelitian penulis, menggunakan UMKM sebagai unit analisisnya sedangkan peneliti terdahulu menggunakan Perusahaan.

		oriented KM practices and knowledge-based compensation are efficient practices to boost innovation.		
--	--	---	--	--

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam dunia bisnis saat ini dimana persaingan antar pengusaha begitu ketat, maka dari itu dalam menjaga eksistensinya, setiap perusahaan harus memiliki kinerja yang baik. Dengan kinerja yang baik maka perusahaan akan terus dipercaya oleh konsumen karena kesanggupannya dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan. Berbanding terbalik jika suatu perusahaan mengalami penurunan kinerja, itu menandakan suatu kemunduran dan mengancam eksistensinya di dunia bisnis karena mungkin kepercayaan konsumen terhadap perusahaan memudar.

Manajemen Pengetahuan merupakan salah satu solusi bagi para pelaku UMKM dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Adanya manajemen pengetahuan seorang pelaku usaha dapat berkecimpung dalam dunia wirausaha. Tetapi tidak hanya dengan manajemen pengetahuan, modal intelektual pun dapat menjadi salah satu penyebab para pelaku usaha dapat berhasil dalam melakukan bisnisnya. Untuk indikator dari manajemen pengetahuan penulis mengambil 3 indikator yakni orang, proses dan teknologi.

Sedangkan modal intelektual mempunyai keunikan dan perbedaan dalam

pengembangan dan pengelolaannya di setiap perusahaan. Perbedaan dan keunikan sumber daya tersebut harus memiliki kemampuan yang lebih dari para pesaingnya, sehingga dapat untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Untuk indikator yang dipakai penulis yakni, *human capital*, *customer capital* dan *structural capital*.

Adanya pengukuran kinerja UMKM ini, tentu saja karena peneliti ingin melihat sejauh mana manajemen pengetahuan dan modal intelektual menjadi faktor yang membangkitkan kinerja dalam UMKM. Melalui indikator yang dipakai penulis diharapkan dengan penelitian ini akan mendapatkan hasil dimana manajemen pengetahuan dan modal intelektual akan mempunyai pengaruh yang paling kuat dalam kinerja UMKM.

2.2.1 Keterkaitan Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja UMKM

Menurut **(Honeycutt, 2002:241)** dalam **Endah Prihartini, Anwar Sanusi (2019:348)** Salah satu sistem manajemen yang menawarkan suatu disiplin yang memperlakukan intelektual sebagai asset yang dikelola adalah manajemen pengetahuan yang diukur dengan 3 dimensi yaitu personal knowledge, job procedure, dan technology. Manajemen pengetahuan merupakan salah satu alat manajemen yang dapat digunakan untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi dan menunjukkan keunggulan bersaing sehingga mampu menciptakan kinerja organisasi yang baik.

2.2.2 Keterkaitan Modal Intelektual terhadap Kinerja UMKM

Menurut **Thomas A. Stewart (1997:1)** dalam **Indah Yuliana, Jam'iyatul Khoiriyah (2016:28)** bahwa modal intelektual merupakan kumpulan manusia dalam perusahaan yang dapat memberikan aspek kompetitif perusahaan dalam

posisi pasar. Aspek kompetitif yang menjadi pembeda perusahaan dengan saingannya adalah intelektualitas, ilmu pengetahuan yang dimiliki, pengelolaan informasi, hak paten intelektual, dan pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kesejahteraan (kinerja) perusahaan.

Menurut **Fornell (2000)** dalam **Alipour (2012)** menyatakan bahwa modal intelektual mencakup dari hak paten, hak cipta, dan bentuk-bentuk lain dari kekayaan intelektual. Ini adalah jumlah sinergi pengetahuan perusahaan, pengalaman, hubungan, proses, penemuan, inovasi, keberadaan pasar dan pengaruh masyarakat. Definisi yang paling banyak digunakan modal intelektual adalah “pengetahuan yang bernilai” bagi organisasi.

2.2.3 Keterkaitan Manajemen Pengetahuan dan Modal Intelektual

Terhadap Kinerja UMKM

Menurut **(Kianto et al., 2014)** dalam **Henri Inkinen (2016:68)** *IC and KM practices both address the key knowledge of the firm and its influence over firm performance outcomes. However, they approach the phenomenon from different perspectives, as IC is primarily a vehicle to identify and measure the strategic key knowledge resources of the firm, while KM practices regard the organisational and managerial practices to leverage the valuable knowledge base (i.e. IC) to create competitive advantage (e.g. Kianto et al., 2014).*

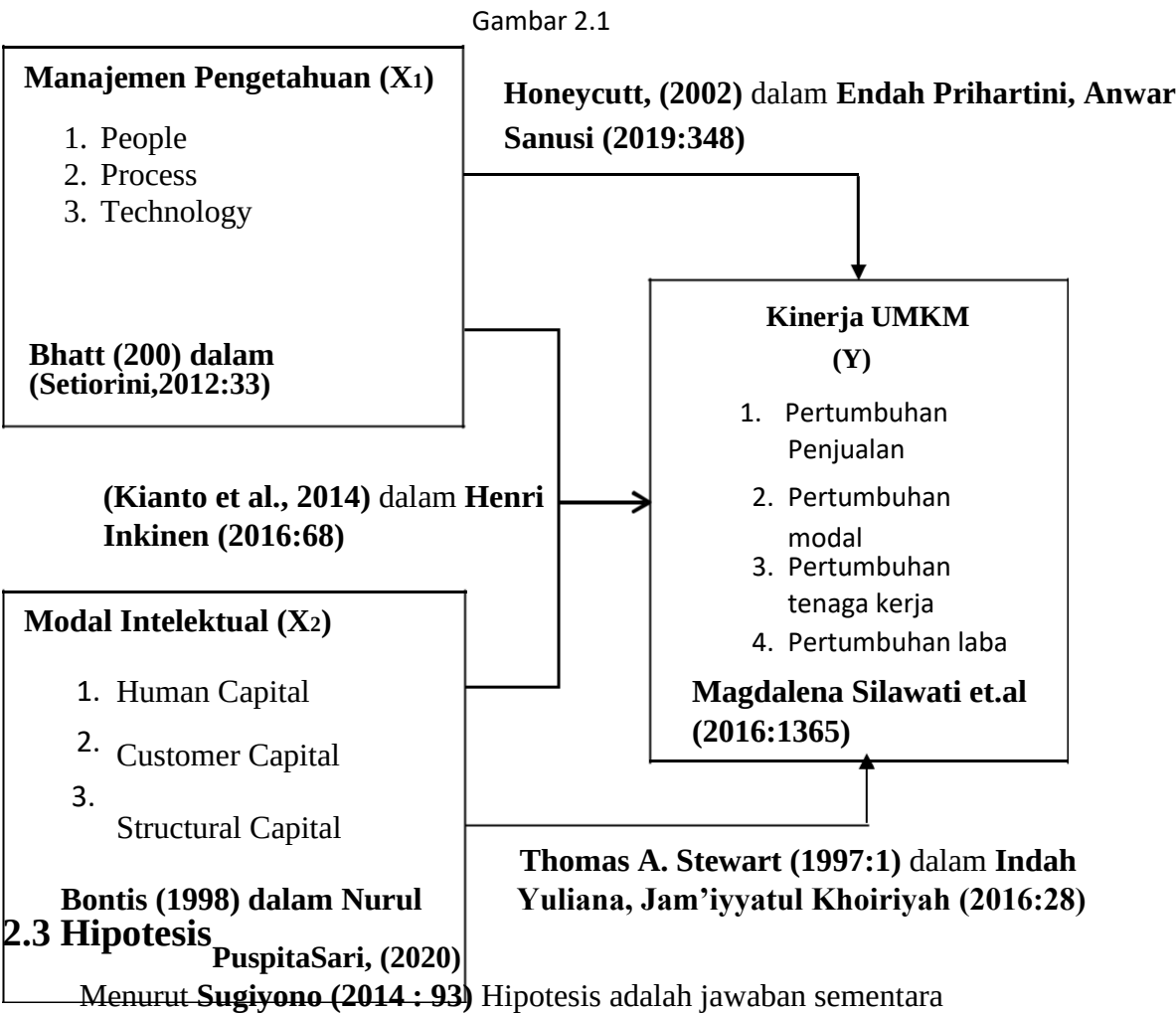
IC dan KM keduanya membahas pengetahuan utama perusahaan dan pengaruhnya terhadap hasil kinerja perusahaan. Namun, mereka mendekati Fenomena dari perspektif yang berbeda, karena IC terutama merupakan kendaraan untuk mengidentifikasi dan mengukur sumber daya pengetahuan kunci strategis

perusahaan, sementara praktik KM memperhatikan praktik organisasi dan manajerial untuk meningkatkan basis pengetahuan yang berharga untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

2.2.4 Paradigma Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka perlu adanya penelitian untuk melihat sejauh mana Manajemen Pengetahuan dan Modal Intelektual berpengaruh terhadap Kinerja UMKM yang tergabung di IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia).

Berikut ini adalah skema paradigma dari penelitian ini:



2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

Hipotesis merupakan pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara. Hipotesis tersebut baru dapat diuji kebenarannya lewat penganalisaan dan penelitian. Berdasarkan uraian kerangka kerangka penelitian di atas maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

Hipotesis Utama :

Manajemen Pengetahuan dan Modal Intelektual berpengaruh terhadap Kinerja UMKM yang tergabung di IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia).

Sub Hipotesis :

- a. Manajemen Pengetahuan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM yang tergabung di IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia).
- b. Modal Intelektual berpengaruh terhadap Kinerja UMKM yang tergabung di IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia).