

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM perlu mempersiapkan diri agar mampu bersaing baik secara keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif. Perusahaan UMKM akan memiliki kinerja yang baik apabila mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam operasional bisnisnya (Zuliyati dan Delima, 2017).

Armstrong (2004) mengemukakan kinerja organisasi adalah peningkatan yang dapat dicapai suatu usahadimana dapat mengacu pada peningkatan *income*, *sales*, *output*, produktivitas, biaya, penerimaan layanan, kecepatan reaksi atau berubah, pencapaian standar kualitas atau reaksi pelanggan/klien. Menurut Wibowo (2008) kinerja organisasi adalah hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Dengan demikian kinerja UMKM merupakan suatu hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional dari kegiatan bisnis UMKM dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

Kehadiran lebih dari 593.100 UMKM di Sumatera Barat, telah mampu menyerap banyak tenaga kerja, dan menjadi dominasi kegiatan perekonomian

masyarakat karena pelaku UMKM menyebar hingga ke pelosok pedesaan. Sebagian besar berorientasi pasar dalam negeri, antara lain produk makanan ringan, barang-barang kerajinan, konveksi, sulaman, perbengkelan. Sebagiannya ikut berperan aktif untuk memajukan pariwisata. Namun kontribusi UMKM seakan akan belum memberikan sumbangan yang berarti, karena gerakan UMKM jarang dipublikasikan (dinas koperasi sumbar, 2017).

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Data Usaha Kecil & Menengah (UKM)**  
**di Indonesia Tahun 2016 - 2017**

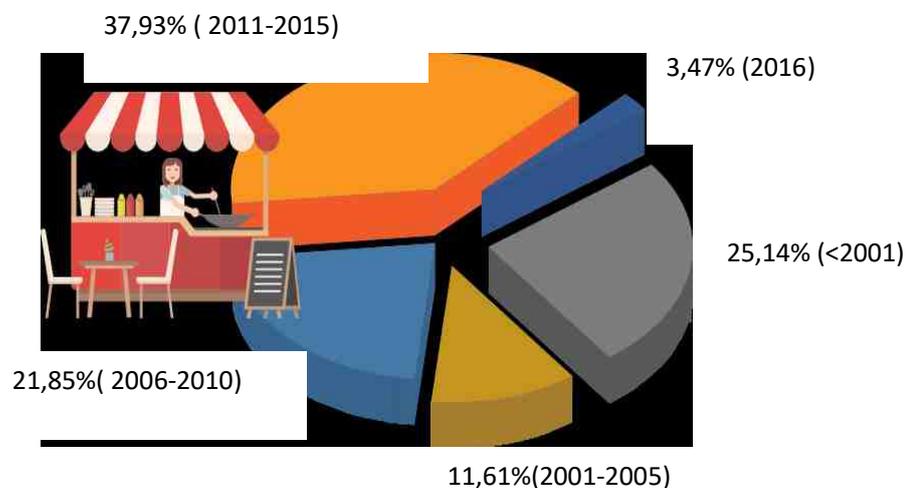
No	Indikator	Satuan	Tahun 2016		Tahun 2017		Perkembangan dari tahun 2016-2017	
			Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	61.651.177	99,99	62.922.617	99,99	1.271.440	2,06
2	Usaha Kecil (UK)	(Unit)	60.863.578	98,71	62.106.900	98,7	1.243.322	2,04
3	Usaha Menengah (UM)	(Unit)	56.551	0,09	58.627	0,09	2.075	3,67

*Sumber : <http://www.depkop.go.id/>*

Berdasarkan tabel 1.1 dari data perkembangan UMKM menurut Kantor Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, tahun 2016-2017 menunjukkan jumlah populasi UMKM pada tahun 2017 mencapai 62.922.617 unit usaha, dimana jumlah itu naik sebesar 1.271.440 dibanding tahun 2016. Sementara jumlah tenaga kerjanya mencapai 116.673.416 orang, dimana jumlah itu naik sebesar 3.844.806 dibanding tahun 2016. Sampai tahun 2017

perkembangan UMKM Indonesia cukup menggembirakan, karena UMKM di Indonesia termasuk paling banyak dari sisi jumlahnya dibandingkan dengan negara lainnya. Peningkatan jumlah UKM ini secara signifikan terutama dimulai sejak tahun 2014. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2014, terdapat sekitar 57,8 juta pelaku UKM di Indonesia. Selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 59-60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional. Pada tahun 2018 ini jumlah UMKM berkembang sampai lebih dari 70.000.000 unit.

**Gambar 1.1**  
**Persentase UMKM Menurut Tahun Beroperasi**  
**Di Provinsi Sumatera Barat 2017**



Sumber: <https://sumbar.bps.go.id>

Berdasarkan gambar 1.2 dari Persentase UMKM di Provinsi Sumatera Barat dibawah tahun 2001 mencapai 25,14%, tahun 2001-2005 mengalami penurunan hingga mencapai 11,61%, pada tahun 2006-2010 mengalami kenaikan mencapai 21,85% dan kembali mengalami lagi kenaikan pada tahun 2011-2015 hingga mencapai 37,93%,sedangkan pada tahun 2016 mengalami penurunan yang

sangat dratis sebesar 3,47% . kinerja UMKM yang kurang bagus berdampak pada penurunan UMKM yang sangat signifikan sehingga perlu ada peningkatan daya saing UMKM. ini terjadi karena adanya penurunan pada *customer capital* yang mengacu pada pengetahuan antara hubungan dengan pelanggan berdasarkan nilai merek, jaringan pelanggan yang kuat, loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Peningkatan daya saing UMKM untuk meningkatkan kinerja tergantung pada keefektifan pengelolaan pengetahuan dan teknologi yang disebut juga dengan *intellectual capital*. *Intellectual capital* mengacu pada pengetahuan dan keahlian yang menambah nilai pada kinerja organisasi. Bayburina dan Golovko (2009), menjelaskan *intellectual capital* terdiri dari modal manusia, modal jaringan, modal proses, modal inovasi, dan modal klien. Semua karakteristik ini mengarah pada pengembangan keunggulan kompetitif dalam organisasi (Abbas 2018).

Menurut Ulum (2017) *intellectual capital* adalah tentang aktivitas manajer yang dapat diatribusikan dalam upaya atas nama pengetahuan. Aktivitas-aktivitas tersebut seringkali terkait dengan pengembangan karyawan, restrukturisasi organisasi, dan pengembangan aktivitas pemasaran. Menurut Khalique (2018) *intelektual capital* adalah elemen vital dan penting bagi keberhasilan organisasi, termasuk bagi usaha kecil dan menengah. Adanya *intellectual capital* maka perusahaan dapat menciptakan transformasi dan kapitalisasi yang dapat berupa teknik, metode, cara produksi, serta peralatan atau mesin yang dipergunakan dalam suatu proses mulai dari produksi hingga pemasaran. Dengan semua itu, maka perusahaan dapat menjalankan aktivitasnya dengan lebih cepat dan praktis,

melayani pelanggan dengan lebih baik serta menghasilkan produk dengan lebih unggul. Jika memiliki itu semua, maka UMKM dapat menang bersaing di pasar dan kinerja UMKM akan meningkat.

UMKM memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi nasional dengan menyediakan lapangan kerja yang signifikan, infrastruktur sosial dan kontribusi yang tumbuh dalam PDB untuk sektor ekspor. Selain itu, UMKM dianggap penting untuk pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kemajuan inovasi dan dengan demikian menawarkan pengaturan yang bermanfaat untuk studi lebih lanjut tentang *Intellectual capital* (Khaliq 2018). *Intellectual capital* terdiri dari beberapa komponen, antara lain *human capital*, *customer capital*, *structural capital*, *social capital*, *technological capital* dan *spiritual capital*. Masing-masing komponen tersebut apabila dikembangkan oleh UMKM maka dapat meningkatkan kinerja UMKM tersebut (Khaliq 2011).

Komponen pertama dalam *intellectual capital* menurut Khaliq (2018) *human capital* berasal dari sumber daya manusia yaitu karyawan yang dimiliki organisasi didasarkan pada kompetensi yaitu pendidikan, keterampilan profesional, pengetahuan dan pengetahuan eksperimental, sikap yaitu motivasi, kepemimpinan, pola perilaku dan ketangkasan intelektual yaitu inovasi, kreativitas, fleksibilitas, kemampuan beradaptasi. Menurut Mardiana dan Hariyati, (2014) *human capital* memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya unik yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan dan selanjutnya digunakan untuk menyusun dan menerapkan strategi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi. Selain itu, karyawan perusahaan yang memiliki

keahlian dan kemampuanyang baik akan memberikan imbalan jangka panjang bagi organisasidalam bentuk produktivitas yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan.

Komponen kedua dalam *intellectual capital* adalah *custemer capital*, yaitu mengacu pada pengetahuan yang tertanam dalam hubungan dengan pelanggan berdasarkan nilai merek, jaringan pelanggan yang kuat, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan (Khalique 2018). Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan adalah faktor terpenting dalam kepuasan pelanggan. Tugas utama perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Perusahaan yang berinvestasi besar untuk menjadi fokus pada pelanggan/konsumen dan menjadi penentu pasar secara mutlak akan dapat meningkatkan atau memperbaiki kinerja perusahaannya (Mardiana dan Hariyati, 2014).

Komponen ketiga dalam *intellectual capital* adalah *structural capital*, yaitu mencakup semua gudang pengetahuan non-manusia seperti sistem, prosedur, basis data, jaringan, manual proses dan rutinitas (Khalique 2018). Jika sistem dan prosedur yang dimiliki suatu organisasi untuk menjalankan aktivitas baik, maka *intellectual capital* secara keseluruhan akan mencapai potensi yang paling penuh, sehingga kinerja bisnis yang dicapai juga akan maksimal. Jika suatu organisasi mampu mengkodifikasikan pengetahuan perusahaan dan mengembangkan *structural capital*, misalnya menerapkan dan mengembangkan ide-ide hebat, memperbaiki biaya per rupiah pendapatan, memiliki sistem dan prosedur yang mendukung inovasi, dan sebagainya, maka keunggulan bersaing akan dapat

dicapai Keunggulan tersebut secara relative akan menghasilkan kinerja bisnis yang lebih tinggi (Mardiana dan Hariyati, 2014).

Komponen keempat dalam *intellectual capital* adalah *social capital*, yaitu mengacu pada transparansi organisasi, tanggung jawab sosial perusahaan, kejujuran dan etika (Khaliq, 2018). Tingginya modal sosial kepercayaan, solidaritas, keterpaduan, kerjasama, kedermawanan, dan lainnya pada individu dalam organisasi.

Komponen kelima dalam *intellectual capital* adalah *technology capital* dapat digambarkan sebagai pengetahuan sistem informasi dan R&D teknologi (Khaliq 2018). Bagi dunia bisnis, pengaruh teknologi informasi memberikan kemudahan dan kelancaran dalam melakukan kepentingan bisnis. Perkembangan teknologi yang semakin canggih dewasa ini membuat dunia bisnis juga ikut terpengaruh sehingga banyak strategi bisnis dilakukan dengan berbasis teknologi. Strategi bisnis yang berbasis teknologi sangat penting untuk dapat memenangkan persaingan bisnis. Strategi bisnis yang berbasis teknologi merupakan arahan dan ruang lingkup dari perusahaan dalam jangka panjang yang akan memberikan keuntungan bagi organisasi (Abbas 2018).

Komponen keenam dalam *intellectual capital* adalah *spiritual capital* mencakup nilai-nilai agama dan etika individu dalam suatu organisasi (Khaliq 2018). Spiritualitas dinilai dapat memberikan makna yang sesungguhnya dari pekerjaan sehingga akan tercipta kecintaan terhadap pekerjaan. Ketika seseorang telah mencintai pekerjaannya, maka ia akan bekerja secara totalitas dan sungguh-

sungguh dalam memberikan hasil kerja yang terbaik sehingga berdampak dalam meningkatkan kinerja organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu pada variable *human capital*, Zuliyati dan Delima (2017) menemukan bahwa *human capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja organisasi UMKM. Mardiana dan Hariyati (2014) memperoleh hasil yang memperlihatkan adanya hubungan yang positif antara *human capital* dengan kinerja organisasi. Saddam dan Mahfudz (2017) menunjukkan *human capital* berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Sehingga apabila *human capital* positif maka kinerja organisasi akan meningkat pula. Penelitian sebelumnya pada variable *customer capital*, Indriastuti (2012) menemukan bahwa *customer capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja organisasi UMKM. Hasil tersebut sejalan dengan Mardiana dan Hariyati (2014), selanjutnya Saddam dan Mahfudz (2017) juga menemukan *customer capital* berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Penelitian sebelumnya pada variable *structural capital*, Indriastuti (2012) menemukan bahwa *structural capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja organisasi UMKM. Mardiana dan Hariyati (2014) memperoleh hasil yang sama. Hasil penelitian Saddam dan Mahfudz (2017) menunjukkan *structural capital* berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Penelitian sebelumnya pada variable *social capital*, Khoirrini (2014) menemukan bahwa *social capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi. Abbas (2018) menemukan bahwa *social capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Penelitian sebelumnya pada variable *technology capital*, Abbas (2018)

menemukan bahwa *technology capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Terakhir penelitian sebelumnya mengenai *spiritual capital*, Abbas (2018) menemukan bahwa *spiritual capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.

Sumatera Barat adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang dikenal karena kerajinan tangan yang telah diakui pasar internasional, salah satunya pada industri tekstil seperti tenun. Keberadaan UMKM di Sumatera Barat memberi banyak manfaat kepada pertumbuhan ekonomi daerah dan pembangunan daerah. Sayangnya, fokus pada penelitian pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja organisasi UMKM di Sumatera Barat masih jarang dilakukan. Penelitian ini replikasi dari khalique (2018) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya pada umkm yang beroperasi disektor listrik dan elektronik sementara penelitian sekarang bergerak pada sektor industri tekstil. Perbedaan lainnya terletak pada tempat penelitian, dimana penelitian sebelumnya dilakukan diluar negeri, sementara penelitian ini dilakukan di Sumatera Barat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah *human capital* berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat?
2. Apakah *customer capital* berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat?

3. Apakah *structural capital* berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat?
4. Apakah *social capital* berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat?
5. Apakah *tecnological capital* berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat?
6. Apakah *spiritual capital* berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk membuktikan secara empiris tentang :

1. Pengaruh *human capital* terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat.
2. Pengaruh *custumer capital* terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat.
3. Pengaruh *structural capital* terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat.
4. Pengaruh *social capital* terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat.
5. Pengaruh *tecnology capital* terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat.
6. Pengaruh *spiritual capital* terhadap kinerja organisasi pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada peneliti dan pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi UKM, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan tambahan dalam meningkatkan kinerja bisnisnya, serta menambah wawasan bagi para pelaku usaha mengenai pentingnya menguatkan dari segi *intellectual capital*.
2. Bagi Pemerintah, dengan dilaksanakannya penelitian ini, hasilnya diharapkan dapat memberi informasi tambahan mengenai penanganan pemberdayaan UKM yang lebih tepat sasaran agar dapat meningkatkan skala ekonomi dari UKM yang ada saat ini maupun yang akan datang.
3. Bagi akademik dan peneliti lainnya, dengan dilakukannya penelitian ini hasilnya diharapkan dapat memperkaya pengetahuan pada bidang *Intellectual Capital (IC)* yang memang masih dalam masa pengembangan dan menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian skripsi ini terbagi dalam 5 (lima) bab dan setiap bab dibagi lagi menjadi sub-sub bab, hal ini dimaksudkan agar lebih jelas dan mudah dipahami. Secara garis besar materi pembahasan dari masing-masing bab tersebut dijelaskan sebagai berikut:

## BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal dalam penulisan yang menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB 2 : LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai landasan teori dan review penelitian terdahulu yang relevan dan mendukung penelitian, dilanjutkan dengan pengembangan hipotesis penelitian dan kerangka pemikiran penelitian.

## BAB 3 : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan penelitian yang memuat variabel penelitian dan defenisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.