

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi berbasis pengetahuan telah mendesak banyak bisnis untuk sepenuhnya memanfaatkan sumber daya berbasis pengetahuan dari pada aset fisik dalam memastikan keberlanjutan dan daya saing. Penciptaan nilai perusahaan dalam ekonomi modern ini sebagian bergantung pada seperangkat sumber daya intelektual. Misalnya, pengetahuan yang terletak pada orang, sistem, dan koneksinya (Marzo & Scarpino, 2018). Sumber daya intelektual yang dikenal dengan *intellectual capital* (IC) secara konseptual terdiri dari *human capital*, *structural capital*, *relational capital* telah mendapat perhatian dalam konteks sosial ekonomi pengetahuan (Dzenopoljac et al., 2017). Teori *resource based view* (RBV) juga mengklaim bahwa peran *intellectual capital* sebagai bagian dari aset strategis tidak hanya signifikan bagi perusahaan besar tetapi juga bagi Usaha Kecil Menengah (Khalique et al., 2018; Komnenic & Pokrajčić, 2012). Penelitiannya membuktikan bahwa manajemen *intellectual capital* yang efektif di Usaha Kecil Menengah sama pentingnya bagi perusahaan besar. Kontribusi Usaha Kecil Menengah untuk mengembangkan ekonomi nasional sangat penting, baik dalam hal produk domestik bruto (PDB) atau sebagai sumber pekerjaan.

Usaha Kecil Menengah memiliki peranan utama dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan memajukan pembangunan ekonomi secara global. Menurut Ojokuku et al., (2013) Usaha Kecil Menengah diakui sebagai mesin ekonomi pertumbuhan dan perkembangan suatu negara secara global. Ofoegbu et al.,

(2013) menyatakan bahwa Usaha Kecil Menengah merupakan salah satu solusi untuk masalah perkembangan dan pembangunan ekonomi dinegara berkembang. Usaha Kecil Menengah memiliki peranan penting dalam proses kegiatan ekonomi domestik sebagai penyedia lapangan kerja dan sebagai pendapatan bagi pelaku Usaha Kecil Menengah (Kiyabo & Isaga, 2020).

Pada tahun 2022 Provinsi Sumatera Barat dengan Ibu Kota Padang terdiri dari 7 Kota dan 12 Kabupaten memiliki 593.081 Usaha Kecil Menengah. Kementrian koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia mengatakan bahwa Kota Padang salah satu sentral bisnis dengan jumlah Usaha Kecil Menengah terbanyak di Provinsi Sumatera Barat dengan jumlah Usaha Kecil Menengah sebanyak 93.648 (Sumber: <http://umkm.depkop.go.id/>). Data tersebut menunjukkan bahwa di Kota Padang memiliki potensi untuk berkembang dan bisa diharapkan memberikan pengaruh terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah di Kota Padang.

Kinerja merupakan suatu alat ukur untuk menggambarkan tingkat pencapaian dari suatu tujuan yang telah ditetapkan oleh sebuah organisasi termasuk Usaha Kecil Menengah (Jimoh & Danlami, 2011). Kinerja Usaha Kecil Menengah adalah tingkat pencapaian prestasi Usaha Kecil Menengah dalam kurun waktu tertentu yang menunjukkan efektifitas dan efisiensi dalam rangka mencapai tujuan. Pengukuran kinerja yang digunakan pada Usaha Kecil Menengah berbeda dengan pengukuran kinerja pada perusahaan berskala besar, hal ini disebabkan karena karakteristik usaha yang berbeda pula. Salah satu pengukuran Kinerja Usaha Kecil Menengah yang sering digunakan adalah capaian kinerja penjualan yang dapat

dilihat dari nilai *sales growth*. *Sales growth* merupakan elemen penting, karena apabila *sales growth* mengalami peningkatan maka dapat disimpulkan bahwa sebuah usaha sedang tumbuh kearah yang lebih baik dan menghasilkan kenaikan laba yang akan diterima oleh usaha tersebut (Hansen & Juniarti, 2014).

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah tengah merancang dan merumuskan peta jalan pengembangan Usaha Kecil Menengah di masa depan. Direktur Utama Smesco Indonesia, Leonard Theosabrata mengatakan bahwa pihaknya telah menggagas Usaha Kecil Menengah masa depan sejak tahun 2020 dengan menekan pada 4 subsektor, diantaranya *Future Mobility*, *Future Food*, *Future Fashion*, *Future Craft*.

Tabel 1.1
Perkembangan data nilai sales growth Usaha Kecil Menengah di Kota Padang

No	Jenis Usaha Kecil Menengah	<i>Sales growth</i> (%)		Naik/Turun nilai <i>sales growth</i> (%)
		2020	2021	
1.	Bidang Fashion	-17,66	-10,22	7,44
2.	Bidang Kuliner	-32,26	-36,91	-4,65
3.	Bidang Kerajinan Tangan	-27,32	1,42	28,74
4.	Bidang Otomotif	-27,99	9,71	37,7

Sumber: Data primer, diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 1.1 menjelaskan *sales growth* yang merupakan salah satu faktor yang berperan untuk meningkatkan kinerja suatu organisasi Usaha Kecil Menengah. *Sales growth* merupakan perbandingan hasil penjualan tahun ini dikurangi dengan penjualan tahun sebelumnya dibagi dengan penjualan tahun sebelumnya lalu dikali 100. Berdasarkan data survey peneliti yang diolah tahun

2022, diambil 40 sampel secara acak dari 4 subsektor yang berbeda untuk mengetahui nilai omset Usaha Kecil Menengah pada tahun 2020 dan 2021. Setelah diketahui nilai omset pertahun pada setiap subsektor maka peneliti mencari persentase nilai *sales growth* yang jika dilihat yaitu mengalami kenaikan dan penurunan nilai. Penurunan persentase nilai *sales growth* pada Usaha Kecil Menengah bidang kuliner terjadi karena kurangnya kemampuan kinerja Usaha Kecil Menengah terhadap daya serap yang disebabkan oleh minimnya keterampilan pelaku usaha akan pengetahuan saat menjalankan usaha serta Ketidakstabilan kondisi akibat dari dampak virus Covid-19 yang menyebabkan seringnya terjadi perubahan dalam kebijakan pembatasan sosial berskala besar, rendahnya ukuran alokasi anggaran untuk pengembangan usaha dan rendahnya kualitas pengetahuan yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha di masa Covid-19. Dalam merealisasikan kinerja Usaha Kecil Menengah yang lebih maju maka dibutuhkan berbagai metode diantaranya adalah dengan mengoptimalkan sumber daya, dalam hal ini sumber daya yang dikenal yaitu dengan sebutan *intellectual capital* (Ahmad et al., 2018).

Intellectual capital merupakan aktivitas yang dapat didistribusikan dalam upaya atas nama pengetahuan. Aktivitas-aktivitas tersebut seringkali terkait dengan pengembangan karyawan, restrukturisasi organisasi, dan pengembangan aktifitas pemasaran. Menurut Khalique et al., (2018) *intellectual capital* adalah elemen vital dan penting bagi keberhasilan organisasi termasuk bagi Usaha Kecil Menengah karena dengan adanya *intellectual capital* maka perusahaan dapat menciptakan tranformasi dan kapitalisasi 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 serta melayani pelanggan dengan lebih baik menghasilkan produk dengan lebih unggul.

Komponen pertama dalam *intellectual capital* adalah *human capital* merupakan pengetahuan atau skill dan pengalaman ketika mengelola perusahaan. Pentingnya *human capital* dikarenakan terdapat sumber inovasi dan pembaruan strategis yang berasal dari setiap individu di dalamnya. Zuliyati et al. (2017) menjelaskan *human capital* merupakan sumber daya kritis yang ada pada setiap personil karena kemampuan untuk mengungkit mengarahkan mengelola dan menstransformasikan sumber daya untuk menciptakan nilai dan keuntungan bagi perusahaan. *Human capital* dapat berinteraksi untuk menciptakan, memperoleh, dan menghasilkan modal pelanggan yang kemudian akan mencapai kemakmuran finansial yang tinggi dan keberhasilan perusahaan. Pengembangan *intellectual capital* dengan komponen *human capital* salah satunya adalah dengan mengadakan pelatihan dan pendidikan para karyawannya secara berkesinambungan (Zuliyati & Mirah, 2017).

Komponen kedua dalam *intellectual capital* adalah *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. Ramadhan & Resmi, (2020) menyatakan bahwa *struktural capital* meliputi seluruh pengetahuan non-manusia seperti database, struktur organisasi, proses manual, strategi, rutinitas, dan segala sesuatu yang membuat perusahaan

lebih besar dari nilai materialnya. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, namun jika perusahaan memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat di gunakan secara maksimal, sehingga *struktural capital* sangat dibutuhkan untuk mendukung komponen *intellectual capital* dalam menghasilkan nilai dan kinerja Usaha Kecil Menengah.

Komponen Ketiga dalam *intellectual capital* adalah *relational capital* yang berhubungan antara pelanggan dengan nilai merk, jaringan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan (Khaliq et al., 2018). Hubungan yang 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 merk 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, asosiasi industri lainnya yang berkaitan dengan perusahaan (Zuliyati & Mirah, 2017).

Menurut Absah et al., (2018) yang melakukan penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Absah et al., 2018; Khaliq et al., 2020; Subaida & Kartikasari, 2020; Zuliyati & Mirah, 2017).

Selain *intellectual capital*, *corporate entrepreneurship* dipandang sebagai kunci keberhasilan perusahaan dalam peningkatan kapabilitas agar memiliki nilai kompetitif yang dijadikan sebagai strategi keunggulan daya saing (Rofaida & Krishna, 2019). *Corporate entrepreneurship* dalam hubungannya dengan kinerja Usaha Kecil Menengah dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal (Ang et al. 2020).

Sejumlah penelitian tentang *corporate entrepreneurship* yang telah dilakukan menunjukkan hasil adanya hubungan antara *corporate entrepreneurship* dengan kinerja Usaha Kecil Menengah. Penelitian yang dilakukan Rofaida & Krishna (2019) menunjukkan semakin tinggi intensitas *corporate entrepreneurship* semakin tinggi kinerja Usaha Kecil Menengah. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan *corporate entrepreneurship* berpengaruh signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah. (Ahmad et al., 2018; Jiménez-Barrionuevo et al., 2019; Salamzadeh et al., 2019; Umrani et al., 2018).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari peneliti terdahulu tentang pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah, pengaruh *intellectual capital* terhadap *corporate entrepreneurship*, serta pengaruh *corporate entrepreneurship* terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah. Oleh karena itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti ingin melihat apakah penggunaan peran *corporate entrepreneurship* dapat memediasi hubungan *intellectual capital* dengan kinerja Usaha Kecil Menengah yang sebelumnya belum pernah diteliti di Indonesia. Perbedaan selanjutnya terletak pada obyek penelitian,

dalam penelitian ini obyek yang digunakan adalah Usaha Kecil Menengah di Kota Padang. Berdasarkan latar belakang permasalahan dan keterbatasan penelitian, peneliti memfokuskan peran *corporate entrepreneurship* sebagai mediasi hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja Usaha Kecil Menengah.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah?
2. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap *corporate entrepreneurship*?
3. Apakah *corporate entrepreneurship* berpengaruh terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah?
4. Apakah terdapat peran *corporate entrepreneurship* sebagai mediasi hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja Usaha Kecil Menengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang ada sebagai berikut :

1. Pengaruh *intellectual capital* terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah.
2. Pengaruh *intellectual capital* terhadap *corporate entrepreneurship*

3. Pengaruh *corporate entrepreneurship* terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah.
4. Peran *corporate entrepreneurship* sebagai hubungan mediasi antara *intellectual capital* dengan Kinerja Usaha Kecil Menengah.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan mampu memberikan kegunaan bagi berbagai pihak, diantaranya penulisnya sendiri, fakultas maupun pihak lain yang berkepentingan, seperti:

1. Bagi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan tentang peran *corporate entrepreneurship* sebagai mediasi hubungan antara *intellectual capital* dengan Kinerja Usaha Kecil Menengah.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi atau referensi untuk penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang, serta dapat memberikan masukan bagi perkembangan pendidikan.

3. Bagi Pemangku Kepentingan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perhatian bagi seluruh pemangku kepentingan seperti pemilik usaha yang akan mengembangkan usahanya, atau bahkan bagi orang yang akan memulai usaha baru, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai permasalahan yang akan dibahas. Adapun sistematika penulisan skripsi ini terdiri atas 5 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian termasuk didalamnya masalah-masalah yang berkaitan dengan judul penelitian. Kemudian perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini adalah bab yang menjelaskan berbagai teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas di dalam penelitian ini, pengembangan hipotesis, model penelitian serta kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel penelitian, proses pengambilan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel dan metode analisis yang digunakan dalam melakukan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian serta hasil analisis data menggunakan *measurement model assessment* dan *structural model assessment*, dan interpretasi hasil terhadap hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang di dapatkan dari penelitian ini, keterbatasan serta saran-saran yang diberikan penulis terkait hasil analisis.