

**PENGARUH MODAL INTELEKTUAL DAN KOMPETENSI
SDM TERHADAP KINERJA UMKM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Universitas Negeri Padang



Oleh :

DICKY ANUGRAH
BP/NIM : 2015/15059047

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
2020**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dicky Anugrah
Thn. Masuk/NIM : 2015/15059047
Tempat/Tgl. Lahir : Duri / 1 Mei 1997
Program Studi : Manajemen
Keahlian : Manajemen Operasional
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Padang Kemiling No. 19 Air Tawar Timur
Judul Tugas Akhir : **Pengaruh Modal Intelektual dan Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah disajikan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua Jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karna Skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Januari 2020

Yang Menyatakan,



Dicky Anugrah
NIM.15059047

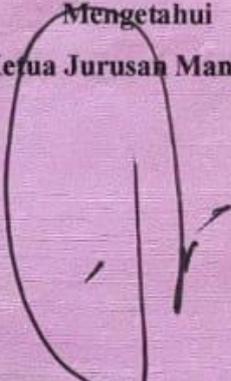
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH MODAL INTELEKTUAL DAN KOMPETENSI SDM
TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA PADANG**

Nama : Dicky Anugrah
TM/NIM : 2015/15059047
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Padang, Januari 2020

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen


Perengki Susanto, SE., M.Sc, Ph.D
NIP.19810404 200501 1 002

Disetujui Oleh :
Pembimbing


Firman, SE, M.Sc.
NIP. 19800206 200312 1 004

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

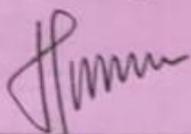
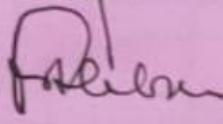
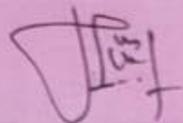
**Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen
Universitas Negeri Padang**

**PENGARUH MODAL INTELEKTUAL DAN KOMPETENSI SDM
TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA PADANG**

**Nama : Dicky Anugrah
TM/NIM : 2015/15059047
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi**

Padang, Januari 2020

Tim Penguji

| Nama | Tanda Penguji | Tanda Tangan |
|------------------------------------|----------------------|---|
| Firman, SE, M.Sc. | (Pembimbing) |  |
| Gesit Thabrani, SE, M.T. | (Penguji) |  |
| Muthia Roza Linda, SE, M.M. | (Penguji) |  |

ABSTRAK

Dicky Anugrah : Pengaruh Modal Intelektual dan Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal intelektual dan kompetensi SDM terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang ada di Kota Padang berjumlah 103.116-unit pada tahun 2017. Sampel penelitian ini sebanyak 100 UMKM yang didapatkan menggunakan rumus Slovin. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda.

Hasil penelitian ini adalah: (1) Modal sosial dan Modal pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang. (2) Kompetensi SDM memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang. (3) Modal intelektual dan kompetensi SDM secara bersama – sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.

Kata Kunci: Modal Intelektual, Modal Sosial, Modal Pelanggan, Modal Teknologi, Kompetensi SDM, Kinerja Usaha

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas rahmat dan karunia Allah SWT yang telah mempermudah dan memberi jalan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Modal Intelektual dan Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM**”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun selama proses perkuliahan terhadap penulis.
2. Bapak Firman, SE, M.Sc selaku pembimbing yang sangat luar biasa sabar dalam membimbing, mau meluangkan waktu, memberi arahan dan mendukung penuh sampai saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku penguji I ujian skripsi, yang sudah memberikan kritik dan saran yang sangat membangun terhadap penulis selama proses perkuliahan dan selama proses penyusunan skripsi ini. Meskipun bertanggungjawab sebagai penguji, namun dalam proses

penyusunan skripsi ini, Bapak juga sudah penulis anggap sebagai pembimbing melalui kritik dan saran yang bapak sampaikan pada saat kolokium.

4. Ibuk Muthia Roza Linda, SE, MM selaku penguji II ujian skripsi, yang sudah memberikan kritik dan saran yang sangat membangun terhadap penulis selama proses perkuliahan dan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Arief Maulana, SE, MM selaku pembimbing akademik yang telah banyak memberikan bimbingan dan bantuan selama masa studi penulis di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Terimakasih atas begitu banyak waktu yang sudah Bapak luangkan untuk mendengarkan keluh kesah penulis selaku anak bimbingan Bapak.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan serta informasi selama penulis duduk di bangku perkuliahan.
7. Bapak dan ibu Staff Tata Usaha dan Administrasi Prodi (Pak Supan), Kepustakaan dan seluruh pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan dan kemudahan dalam kelancaraan penelitian dan penulisan skripsi ini.
8. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang yang telah memberikan informasi kepada penulis selama melakukan penelitian.

9. Seluruh pelaku UMKM Kota Padang yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian yang peneliti sebar.
10. Kedua orang tua tercinta Ayah dan Ibu Skripsi ini seutuhnya saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, terima kasih atas cinta yang besar, doa yang tak pernah putus, dorongan, semangat yang luar biasa dan pengorbanan yang tak terhingga, sehingga penulis mampu sampai pada titik ini dan dapat memberikan kebanggaan yang luar biasa.
11. Adek kandung saya Dinda Rizky Anugrah yang sudah memberikan dukungan baik moril maupun materiil selama ini. Keep solid!!
12. Terkhusus untuk saudari Meylandariska yang telah memberikan dukungan dan bantuan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
13. Sahabat penulis Niko Erman Dwi Setiawan, dan teman – teman se *basecamp*-an (Farid, Luqman, Riski, Reza, Satria) yang selalu memberikan tawa disaat duka.
14. Teman – teman Jurusan Manajemen 2015, terkhusus Manajemen Operasional Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis selama di bangku perkuliahan
15. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu- persatu.

Semoga bantuan, bimbingan, petunjuk, arahan dan kerja sama yang diberikan tidak sia-sia di kemudian hari dan semoga Allah SWT memberikan imbalan yang berlipat ganda. Dalam hal ini penulis menyadari

bahwapengetahuan yang dimiliki penulis masih sangat terbatas, oleh karena itu penulis meminta maaf atas kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis sangat berharap atas saran dan kritikan yang positif dari banyak pihak demi kesempurnaan skripsi ini, penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Padang, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 10 |
| A. Landasan Teori..... | 10 |
| 1. Kewirausahaan..... | 10 |
| 2. UMKM..... | 14 |
| 3. Kinerja Usaha | 19 |
| a. Pengertian Kinerja Usaha | 19 |
| b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha | 20 |
| c. Indikator Kinerja Usaha..... | 22 |
| 4. Modal Intelektual..... | 23 |
| a. Pengertian Modal Intelektual..... | 23 |
| b. Teori Modal Intelektual | 25 |
| c. Indikator Modal Intelektual | 26 |
| d. Hubungan Modal Intelektual dengan Kinerja Usaha | 29 |
| 5. Modal Sosial | 30 |
| a. Pengertian Modal Sosial | 30 |
| b. Indikator Modal Sosial | 31 |
| c. Hubungan Modal Sosial dengan Kinerja Usaha | 32 |
| 6. Modal Pelanggan | 33 |
| a. Pengertian Modal Pelanggan | 33 |
| b. Indikator Modal Pelanggan..... | 34 |
| c. Hubungan Modal pelanggan dengan Kinerja Usaha | 35 |
| 7. Modal Teknologi | 36 |
| a. Pengertian Modal Teknologi..... | 36 |
| b. Indikator Modal Teknologi..... | 37 |
| c. Hubungan Modal Teknologi dengan Kinerja Usaha | 37 |
| 8. Kompetensi SDM | 38 |
| a. Pengetian Kompetensi SDM..... | 38 |
| b. Teori Kompetensi SDM..... | 40 |

| | |
|---|------------|
| c. Definisi Kompetensi..... | 42 |
| d. Manfaat Kompetensi SDM..... | 44 |
| e. Peran Manajer dalam Meningkatkan Kompetensi SDM..... | 46 |
| f. Indikator Kompetensi SDM..... | 48 |
| g. Hubungan Kompetensi SDM dengan Kinerja Usaha..... | 50 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 51 |
| C. Kerangka Konseptual..... | 55 |
| D. Hipotesis Penelitian..... | 55 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 56 |
| A. Jenis Penelitian..... | 56 |
| B. Obejek Penelitian..... | 56 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 56 |
| 1. Populasi..... | 56 |
| 2. Sampel..... | 57 |
| D. Jenis dan Sumber Data..... | 58 |
| 1. Jenis Data..... | 58 |
| a. Data Primer..... | 58 |
| b. Data Sekunder..... | 59 |
| 2. Sumber Data..... | 59 |
| a. Studi Lapangan..... | 59 |
| b. Studi Perpustakaan..... | 59 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 60 |
| F. Instrumen Penelitian..... | 60 |
| G. Definisi Operasional..... | 60 |
| H. Teknik Analisis Data..... | 66 |
| 1. Uji Validitas..... | 66 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 67 |
| 3. Analisis Deskriptif Variabel..... | 67 |
| 4. Uji Asumsi Klasik..... | 68 |
| 5. Analisis Regresi Berganda..... | 70 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 74 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 74 |
| 1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah..... | 74 |
| 2. Karakteristik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah..... | 75 |
| 3. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Padang..... | 76 |
| B. Hasil Penelitian..... | 77 |
| 1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden..... | 77 |
| 2. Uji Instrumen Penelitian..... | 82 |
| 3. Analisis Deskriptif Variabel..... | 85 |
| 4. Uji Asumsi Klasik..... | 89 |
| 5. Analisis Regresi Berganda..... | 91 |
| C. Pembahasan..... | 95 |
| BAB V PENUTUP..... | 104 |

| | |
|----------------------------|------------|
| A. Kesimpulan..... | 104 |
| B. Saran..... | 104 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 107 |
| LAMPIRAN..... | 112 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Jumlah Pelaku UMKM di Kota Padang | 3 |
| Tabel 2. Penelitian Terdahulu..... | 51 |
| Tabel 3. Bobot Penilaian Skala <i>Likert</i> | 60 |
| Tabel 4. Definisi Operaional | 62 |
| Tabel 5. Kirteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah..... | 75 |
| Tabel 6. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 77 |
| Tabel 7. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia..... | 78 |
| Tabel 8. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan | 78 |
| Tabel 9. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha | 79 |
| Tabel 10. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usaha..... | 79 |
| Tabel 11. Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan..... | 80 |
| Tabel 12. Deskripsi Responden Berdasarkan Omset Perbulan | 81 |
| Tabel 13. Deskripsi Responden Berdasarkan Total Aset..... | 81 |
| Tabel 14. Hasil Uji Validitas | 83 |
| Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas | 84 |
| Tabel 16. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kinerja Usaha..... | 85 |
| Tabel 17. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Modal Sosial | 86 |
| Tabel 18. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Modal Pelanggan.. | 87 |
| Tabel 19. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Modal Teknologi.. | 87 |
| Tabel 20. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kompetensi SDM | 88 |
| Tabel 21. Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> | 89 |
| Tabel 22. Hasil Uji Multikolinieritas | 90 |
| Tabel 23. Uji Heteroskedastitsa..... | 91 |
| Tabel 24. Uji Koefisien Determinasi | 92 |
| Tabel 25. Uji Signifikan Parameten Individual (Uji Statistik t)..... | 93 |
| Tabel 26. Uji Signifikan Parameten Simultan (Uji Statistik F)..... | 94 |
| Tabel 26. Ringkasan Hasil Penelitian | 95 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------|----|
| Gambar 1. Kerangka Konseptual..... | 55 |
|------------------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Surat Izin Penelitian | 113 |
| Lampiran 2. Kuesioner Awal | 114 |
| Lampiran 3. Tabulasi Data Awal..... | 120 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Kinerja Usaha..... | 125 |
| Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Modal Sosial | 128 |
| Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Modal Pelanggan..... | 129 |
| Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Modal Teknologi | 130 |
| Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Kompetensi Sdm | 131 |
| Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Usaha | 133 |
| Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Modal Sosial..... | 133 |
| Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Modal Pelanggan | 134 |
| Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Modal Teknologi | 134 |
| Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Kompetensi SDM | 135 |
| Lampiran 14. Kuesioner Penelitian | 136 |
| Lampiran 15. Tabulasi Data Penelitian..... | 141 |
| Lampiran 16. Distribusi Jawaban Kinerja Usaha | 156 |
| Lampiran 17. Distribusi Jawaban Modal Sosial..... | 157 |
| Lampiran 18. Distribusi Jawaban Modal Pelanggan | 157 |
| Lampiran 19. Distribusi Jawaban Modal Teknologi | 157 |
| Lampiran 20. Distribusi Jawaban Kompetensi SDM | 158 |
| Lampiran 21. Hasil Uji Asusmi Klasik..... | 159 |
| Lampiran 22. Hasil Analisis Regresi Berganda | 160 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada umumnya orang – orang beranggapan bahwa motor penggerak perekonomian di Indonesia adalah Perusahaan/Industri Besar. Faktanya pengembangan Perusahaan/Industri yang besar bukanlah cara terbaik dalam mengembangkan ekonomi di Negara yang sedang Berkembang. Perusahaan/Industri hanya memerlukan sebagian kecil dari tenaga kerja terampil sehingga gagal dalam menyelesaikan masalah pengangguran di Indonesia. Berdasarkan fakta dilapangan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dinilai dapat mengatasi kelemahan tersebut (Rusdi, 2015).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting dan strategi bagi pertumbuhan suatu negara, baik di negara Berkembang maupun di negara Maju. Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan sektor ekonomi yang dinilai memiliki ketahanan yang paling baik. Sehingga, kemampuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang di alami oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah sehingga mampu memberi kontribusi maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Fajirna, 2017).

Program ekonomi masyarakat yang berbasis kerakyatan sedang gencar dikembangkan dewasa ini. Program ini meningkatkan dan mengembangkan dunia usaha terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Perlu adanya penguatan kelembagaan koperasi dan UMKM dilaksanakan dengan

strategi: 1) perluasan akses kepada sumber permodalan, terutama perbankan, 2) memperbaiki lingkungan usaha dan prosedur perijinan, dan 3) memperluas dan meningkatkan kualitas institusi pendukung non-finansial. Khusus bagi usaha skala mikro, pengembangan diarahkan untuk peningkatan pendapatan kelompok masyarakat yang berpenghasilan rendah.

Secara umum, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk dominan dari organisasi bisnis di Indonesia. UMKM mewakili lebih dari 99% dari total bisnis di Indonesia, 97% lapangan kerja (OECD, 2012). UMKM di Indonesia belum dapat berkembang dengan baik, dikarenakan masih banyak hambatan yang di hadapi oleh UMKM di Indonesia. Hambatan – hambatan yang di hadapi oleh UMKM di Indonesia tidak hanya seperti : lemahnya struktur permodalan dan akses terhadap permodalan, ketersediaan bahan baku dan kontinuitasnya, keterbatasan dalam penguasaan teknologi, lemahnya organisasi dan manajemen usaha, tetapi berkaitan juga dengan kurangnya kuantitas dan kualitas SDM sehingga mengakibatkan keterbatasan SDM. Kendala SDM juga merupakan kendala serius bagi UMKM, terutama dalam aspek produksi (Tambunan, 2002).

Dari berbagai faktor yang menyebabkan rendahnya kinerja UMKM tersebut, dapat dikatakan bahwa faktor penentu dalam sebuah keberhasilan UMKM ditentukan oleh kualitas SDM dan modal yang dimiliki. Perpaduan antara kualitas SDM dan ketersediaan modal akan membuat UMKM berjalan dengan baik dan mampu bersaing dalam pasar.

Di Kota Padang, jumlah UMKM 5 tahun terkakhir mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel 1 berikut :

Tabel 1. Jumlah Pelaku UMKM di Kota Padang

| Tahun | Menengah | Kecil | Mikro | Jumlah |
|-------|----------|--------|-------|---------|
| 2013 | 12.580 | 25.690 | 500 | 38.770 |
| 2014 | 34.620 | 38.634 | 808 | 74.062 |
| 2015 | 35.883 | 39.403 | 950 | 76.236 |
| 2016 | 36.570 | 40.443 | 1.293 | 78.306 |
| 2017 | 89.842 | 10.276 | 2.998 | 103.116 |

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, 2019

Dilihat dari tabel 1 di atas, jumlah UMKM di Kota Padang mengalami peningkatan. Peningkatan yang terjadi diberbagai UMKM baik di bidang kuliner, fashion, kerajinan dan bidang lainnya. Semakin banyaknya berdiri Usaha Mikro Kecil dan Menengah maka persaingan usaha antar UMKM semakin meningkat, industri maupun perusahaan semakin lama semakin banyak, dimana perusahaan berusaha mencapai tujuannya, baik perusahaan yang sudah berkembang maupun perusahaan pendatang baru, mereka menggunakan beragam strategi dalam menciptakan kinerja yang optimal. Dengan demikian permasalahan yang mempengaruhi kinerja UMKM di Kota Padang maupun di Indonesia dapat diturunkan menjadi beberapa variabel, antara lain kompetensi SDM dan Modal Intelektual (Rusdi, 2015).

Kompetensi didefinisikan sebagai karakteristik yang mendasari seseorang dan berkaitan dengan efisiensi kinerja individu dalam pekerjaan (Mitrani et al, 1992) dalam Christiana (2014). Selanjutnya (Sanchez, 1897), mengelompokkan kompetensi menjadi tiga kelompok yaitu pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan kemampuan (*abilities*). Secara

konseptuai kompetensi dapat dikonfigurasi ke dalam unsur-unsur yang bersifat dinamis, sistematis, kognitif dan holistik. Selanjutnya kompetensi selain memiliki pengertian secara konseptual juga memiliki kandungan isi (konten). Secara konten kompetensi mengandung kekayaan dan daya saing karyawan pada masa lalu yang didasarkan pada kepemilikan sumberdaya intelektual yang bersifat fisik (*tangible asset*). *Tangible asset* tercermin dalam berbagai pengetahuan. Kebutuhan akan pengetahuan hanya sebatas pada aktivitas yang terkait dengan faktor produksi itu sendiri. Tetapi, pada era globalisasi selain faktor kompetensi SDM yang tak kalah pentingnya adalah faktor modal intelektual sebagai sumber kekayaan perusahaan. Terkait dengan semakin meningkatnya intensitas persaingan diantara para pelaku bisnis dan perkembangan dunia bisnis.

Modal intelektual (IC) pada umumnya didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan dan nilai buku dari aset perusahaan tersebut atau dari financial capitalnya. Modal intelektual oleh Nahapiet dan Ghoshal (1998) mengacu kepada pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu kolektivitas sosial, seperti sebuah organisasi, komunitas intelektual, atau praktek profesional. Modal Intelektual memiliki beberapa elemen seperti *Human Capital* (Modal Manusia), *Social Capital* (Modal Sosial), *Customer Capital* (Modal Pelanggan), *Structural Capital* (Modal Struktu), *Spiritual Capital* (Modal Keyakinan) Dan *Technological Capital* (Modal Teknologi) yang tergabung dalam *Integrated Intellectual Capital Model* yang dapat membantu para wirausaha untuk meningkatkan kinerja usahanya (Khalique, et

al., 2013). Para wirausaha harus bisa memanfaatkan elemen-elemen tersebut agar dapat bersaing dengan usaha lain. Contohnya dengan memanfaatkan Modal Pelanggan, para pelaku usaha dapat mengetahui apakah kualitas pelayanan dari usaha tersebut sudah baik atau tidak, sehingga para pelaku usaha bias meningkatkan kinerja usahanya. Semakin ketatnya persaingan antar UMKM, untuk memenangi persaingan yang ada UMKM dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja dengan sumber daya yang dimiliki.

Modal Intelektual bisa menjadi faktor yang krusial dalam meningkatkan kinerja UMKM di Padang. Pembentukan dan pemeliharaan hubungan interpersonal yang kuat di antara para pengusaha penting bagi UMKM untuk menghadapi globalisasi dan persaingan. Menurut Hidayat dalam Dewi (2011) modal intelektual telah menyebabkan pergeseran dalam paradigma melakukan bisnis, sumber kekuatan akan bergeser dari modal fisik menjadi sumber daya manusia, dari sumber daya alam menuju sumber daya pengetahuan, dari posisi sosial seseorang menjadi proses hubungan, dan dari kekuatan pemegang saham menjadi kekuatan pelanggan. Kini perusahaan mengakui pentingnya Modal Intelektual yang bersifat abstrak dan tidak nyata untuk dijadikan penggerak utama dalam pengembangan bisnis.

Kinerja merupakan salah satu variabel penting bagaimana kita mengukur tingkat produktivitas serta pertumbuhan suatu perusahaan, kinerja merupakan aplikasi dari aktivitas organisasi yang berpedoman terhadap visi dan misi organisasi, bagaimana proses organisasi mencapai tujuan, memperoleh keuntungan dan menerapkan visi dan misi dalam mencapai tujuan perusahaan.

Darroch (2005) menyatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan suatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan. Selain itu, kinerja perusahaan tidak hanya diukur dengan profitabilitas perusahaan saja, akan tetapi kinerja bisa diukur dan dilihat dari bagaimana suatu perusahaan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki, memaksimalkan produksi, memperbaiki sistem manajemen perusahaan, dan meningkatkan pertumbuhan perusahaan (Prayogo & Devie, 2013).

Modal Intelektual dan kompetensi SDM merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri, di mana dengan adanya Modal Intelektual dan Kompetensi SDM mampu memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja UMKM baik secara operasional ataupun secara profitabilitas. Peningkatan secara profitabilitas terjadi apabila perusahaan mampu menghasilkan keuntungan, penjualan, serta profitabilitas. Peningkatan secara operasional terjadi apabila perusahaan mampu mendistribusikan output yang berkualitas (Rusdi, 2015).

Peneliti mengangkat strategi Modal Intelektual dengan komponen Modal Sosial, Modal Pelanggan, dan Modal Teknologi serta Kompetensi SDM, karena beberapa penelitian Modal Intelektual dengan komponen tersebut dapat berpengaruh dalam meningkatkan kinerja UMKM dan Kompetensi SDM juga perlu dimaksimalkan penerapannya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Padang, karena jika kita lihat, UMKM itu sendiri merupakan bagian industri kecil yang sangat perlu dikembangkan, bahkan UMKM

bisa menjadi potensi yang sangat besar terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat, menambah lapangan pekerjaan dan mampu meningkatkan perekonomian daerah. Peneliti tertarik dengan Modal Intelektual dan Kompetensi SDM, karena dengan adanya strategi Modal Intelektual mampu meningkatkan kinerja organisasi, sementara kompetensi SDM yang mampu meningkatkan Kompetensi SDM yang berada di UMKM tersebut, sehingga UMKM tersebut dapat bersaing dan bertahan di pasar. Dengan adanya penelitian ini bermanfaat bagi UMKM dan menjadi teori dalam peningkatan kualitas dan kinerja UMKM yang ada di Kota Padang, sehingga UMKM bisa berkembang.

Dari latar belakang masalah di atas maka peneliti menetapkan judul **“PENGARUH MODAL INTELEKTUAL DAN KOMPETENSI SDM TERHADAP KINERJA UMKM”**

B. Rumusan Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Kota Padang membuat usaha perlu meningkatkan kualitas usahanya, karena dinilai jika usaha semakin banyak tentu akan memunculkan persaingan usaha antar sesama usaha, jadi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas perusahaan perlu meningkatkan kinerja, sehingga mampu bertahan dari tekanan bisnis sesama industri serta mampu meningkatkan kualitas organisasi dan membuat usaha bertahan dan mampu berkembang.

Dengan demikian yang menjadi identifikasikan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Modal Sosial berpengaruh terhadap kinerja organisasi.
- b. Apakah Modal Pelanggan berpengaruh terhadap kinerja organisasi.
- c. Apakah Modal Teknologi berpengaruh terhadap kinerja organisasi.
- d. Apakah Kompetensi SDM berpengaruh terhadap kinerja organisasi

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan identifikasi masalah yang telah disampaikan diatas, yaitu :

- a. Pengaruh Modal Sosial terhadap kinerja UMKM di Padang.
- b. Pengaruh Modal Pelanggan terhadap kinerja UMKM di Padang.
- c. Pengaruh Modal Teknologi terhadap kinerja UMKM di Padang.
- d. Pengaruh Kompetensi SDM terhadap kinerja UMKM di Padang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini dijelaskan dalam dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi penulis, diharapkan dapat memenuhi salah satu prasyarat untuk lulus dan memperoleh gelar dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman, serta memperluas wawasan dari teori yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Padang.
 - b. Bagi akademik, diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi ilmu pengetahuan khususnya pada Manajemen Operasional

terutama untuk mengetahui Pengaruh Modal Intelektual dan Kompetensi SDM Terhadap Performa UMKM

2. Manfaat praktis bagi perusahaan, Penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran untuk memanfaatkan Modal Intelektual dan Kompetensi SDM yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja usaha.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kewirausahaan

Wirausaha atau wiraswasta menurut Priyono dan Soerata (2005) berasal dari kata “wira” yang berarti utama, gagah, luhur berani atau pejuang; “swa” berarti sendiri; dan kata ”sta” berarti berdiri. Dari asal katanya “swasta” berarti berdiri di atas kaki sendiri atau berdiri di atas kemampuan sendiri. Kemudian mereka menyimpulkan bahwa wirausahawan atau wiraswastawan berarti orang yang berjuang dengan gagah, berani, juga luhur dan pantas diteladani dalam bidang usaha, atau dengan kata lain wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai sifat-sifat kewirausahaan atau kewiraswastaan seperti: keberanian mengambil resiko, keutamaan dan keteladanan dalam menangani usaha dengan berpijak pada kemauan dan kemampuan sendiri.

Kewirausahaan menurut Soegoto (2009) adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. Sedangkan wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan dan menjadikan perusahaannya unggul. *Entrepreneurship* mengandung makna wiraswasta atau wirausaha yaitu cabang ilmu ekonomi yang

mengajarkan bagaimana kita bisa mandiri dalam memulai suatu usaha dalam rangka mencapai profit serta mengembangkan seluruh potensi ekonomi yang dimiliki.

Hisrich dan Brush (dalam Winardi, 2003) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan jalan mengorbankan waktu dan upaya yang diperlukan untuk menanggung resiko finansial, psikologikal serta sosial dan menerima hasil-hasil berupa imbalan moneter dan kepuasan pribadi sebagai dampak dari kegiatan tersebut.

Bygrave (dalam Ifham, 2002) mengemukakan beberapa ciri-ciri seorang wirausahawan, yaitu:

- a. Mimpi (*dreams*), yakni memiliki visi masa depan dan kemampuan mencapai visi tersebut.
- b. Ketegasan (*decisiveness*), yakni tidak menangguhkan waktu dan membuat keputusan dengan cepat.
- c. Pelaku (*doers*), yakni melaksanakan secepat mungkin.
- d. Ketetapan hati (*determination*), yakni komitmen total, pantang menyerah.
- e. Dedikasi (*dedication*), yakni berdedikasi total, tidak kenal lelah.
- f. Kesetiaan (*devotion*), yakni mencintai apa yang dikerjakan.

- g. Terperinci (*details*), yakni menguasai rincian yang bersifat kritis.
- h. Nasib (*destiny*), yakni bertanggungjawab atas nasib sendiri yang hendak dicapainya.
- i. Uang (*Money*), yakni kaya bukan motivator utama, uang lebih berarti sebagai ukuran sukses.
- j. Distribusi (*distribution*), yakni mendistribusikan kepemilikan usahanya kepada karyawan kunci yang merupakan faktor penting bagi kesuksesan usahanya.

Menurut Mc Clelland dalam Fajrina (2017), karakteristik Wirausahawan adalah sebagai berikut:

- a. Keinginan untuk berprestasi.

Penggerak psikologis utama yang memotivasi wirausahawan adalah kebutuhan untuk berprestasi, yang biasanya diidentifikasi sebagai kebutuhan. Kebutuhan ini didefinisikan sebagai keinginan atau dorongan dalam diri orang yang memotivasi perilaku ke arah pencapaian tujuan. Pencapaian tujuan merupakan tantangan bagi kompetisi individu.

- b. Keinginan untuk bertanggung jawab

Wirausahawan menginginkan tanggung jawab pribadi bagi pencapaian tujuan. Mereka memilih menggunakan sumber daya sendiri dengan cara bekerja sendiri untuk mencapai tujuan dan bertanggung jawab sendiri terhadap hasil yang dicapai. Akan tetapi

mereka akan melakukannya secara berkelompok sepanjang mereka bisa secara pribadi mempengaruhi hasil-hasil.

c. Preferensi kepada resiko-resiko menengah.

Wirausahawan bukanlah penjudi. Mereka memilih menetapkan tujuan-tujuan yang membutuhkan tingkat kinerja yang tinggi, suatu tingkatan yang mereka percaya akan menuntut usaha keras tetapi yang dipercaya bisa mereka penuhi.

d. Persepsi pada kemungkinan berhasil

Keyakinan pada kemampuan untuk mencapai keberhasilan adalah kualitas kepribadian wirausahawan yang penting. Mereka mempelajari fakta-fakta yang dikumpulkan dan menilainya. Ketika semua fakta tidak sepenuhnya tersedia, mereka berpaling pada sikap percaya diri mereka yang tinggi dan melanjutkan tugas-tugas tersebut.

e. Rangsangan oleh umpan balik

Wirausahawan ingin mengetahui bagaimana hal yang mereka kerjakan, apakah umpan baliknya baik atau buruk. Mereka dirangsang untuk mencapai hasil kerja yang lebih tinggi dengan mempelajari seberapa efektif usaha mereka.

f. Aktifitas enerjik

Wirausahawan menunjukkan energi yang jauh lebih tinggi dibandingkan rata-rata orang. Mereka bersifat aktif dan mobil dan mempunyai proporsi waktu yang besar dalam mengerjakan tugas

dengan cara baru. Mereka sangat menyadari perjalanan waktu. Kesadaran ini merangsang mereka untuk terlibat secara mendalam pada kerja yang mereka lakukan.

g. Orientasi ke masa depan.

Wirausahawan melakukan perencanaan dan berpikir ke depan. Mereka mencari dan mengantisipasi kemungkinan yang terjadi jauh di masa depan.

h. Ketrampilan dalam pengorganisasian.

Wirausahawan menunjukkan keterampilan dalam organisasi kerja dan orang-orang dalam mencapai tujuan. Mereka sangat obyektif dalam memilih individu-individu untuk tugas tertentu. Mereka akan memilih yang ahli bukan teman agar pekerjaan bisa dilakukan dengan efisien.

i. Sikap terhadap uang

Keuntungan finansial adalah nomor dua dibandingkan arti penting dari prestasi kerja mereka. Mereka hanya memandang uang sebagai lambang kongkret dari tercapainya tujuan dan sebagai pembuktian dari kompetensi mereka.

2. UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- d. Usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang

medapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan serta pengembangan yang secara luas sebagai wujud pihak yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa harus mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah.

e. Kriteria usaha mikro menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria usaha kecil menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Tambunan (2002):

1) Daya Tahan

Motivasi pengusaha kecil sangat kuat dalam mempertahankan kelangsungan usahanya karena usaha tersebut merupakan satu-satunya sumber penghasilan keluarga. Oleh karena itu pengusaha kecil sangat adaptif dalam menghadapi perubahan situasi dalam lingkungan usaha.

2) Padat Karya

Pada umumnya UMKM yang ada di Indonesia merupakan usaha yang bersifat padat karya. Dalam proses produksinya, usaha kecil lebih memanfaatkan kemampuan tenaga kerja yang dimiliki dari pada penggunaan mesin-mesin sebagai alat produksi.

3) Keahlian Khusus

UMKM di Indonesia banyak membuat produk sederhana yang membutuhkan keahlian khusus namun tidak terlalu membutuhkan pendidikan formal. Keahlian khusus tersebut biasanya dimiliki secara turun-menurun. Selain itu, produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia mempunyai kandungan teknologi yang sederhana dan murah.

4) Jenis Produk

Produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia pada umumnya bernuansa kultur, yang pada dasarnya merupakan keahlian tersendiri dari masyarakat di masing-masing daerah. Contohnya seperti kerajinan tangan dari bambu atau rotan, dan ukir-ukiran kayu.

5) Keterkaitan Dengan Sektor Pertanian

UMKM di Indonesia pada umumnya masih bersifat *agricultural based* karena banyak komoditas pertanian yang dapat diolah dalam skala kecil tanpa harus mengakibatkan biaya produksi yang tinggi.\

6) Permodalan

Pada umumnya, pengusaha kecil menggatungkan diri pada uang (tabungan) sendiri atau dana pinjaman dari sumber-sumber informal untuk kebutuhan modal kerja (Tambunan, 2002). Kelemahan-kelemahan UMKM tercermin pada kendala-kendala yang dihadapi oleh usaha tersebut. Kendala yang umumnya dialami oleh UMKM adalah adanya keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran dan penyediaan bahan baku, pengetahuan yang minim tentang dunia bisnis, keterbatasan penguasaan teknologi, kualitas SDM (pendidikan formal) yang rendah, manajemen keuangan yang belum baik, tidak adanya pembagian tugas yang jelas serta sering mengandalkan anggota keluarga sebagai pekerja tidak dibayar (Tambunan, 2002).

3. Kinerja Usaha

a. Pengertian Kinerja Usaha

Menurut Moeheriono (2013) dalam Fajrina (2017) pengertian kinerja usaha adalah sebagai ukuran kuantitatif dan kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian suatu sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Menurut Gibson et al dalam Julita (2013) mengatakan bahwa kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam bentuk akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi. Pencapaian hasil serangkaian kegiatan yang dimaksud meliputi standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan sejak awal dimulainya usaha.

The Scribner-Bantam English Dictionary, terbitan Amerika Serikat dan Canada (1979), berasal dari akar kata “*to perform*” dengan beberapa “*entries*” yaitu: (1) melakukan, menjalankan, melaksanakan (*to do or carry out, execute*); (2) memenuhi atau melaksanakan kewajiban suatu niat atau nazar (*to discharge of fulfill; as vow*); (3) melaksanakan atau menyempurnakan tanggung jawab (*to execute or complete an understaking*); dan (4) melakukan sesuatu yang diharapkan oleh seseorang atau mesin (*to do what is expected of a person machine*).

Menurut Donnelly et al (1994) dalam Ardiana (2010) Kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. Darroch (2005) menyatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan suatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan suatu hasil atau tingkat keberhasilan seseorang atau karyawan secara keseluruhan selama periode tertentu didalam melaksanakan tugas atau pekerjaan yang dibandingkan dengan berbagai kemungkinan.

b. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kinerja Usaha

Nawab et al (2015) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia merupakan aset penting yang dimiliki perusahaan dan jika dikelola dengan baik akan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan kinerja perusahaan. Tujuan strategi sumber daya manusia adalah mengelola tenaga kerja dan merancang pekerjaan sehingga orang-orang dapat diberdayakan secara efektif dan efisien (Heizer, Render, & Munson, 2017)

Dalam mengelola sumber daya manusia, penting untuk memastikan orang-orang diberdayakan secara efisien dalam batas-

batas keputusan manajemen operasi lainnya dan memiliki lingkungan kerja yang memadai dalam atmosfer yang penuh dengan komitmen dan kepercayaan satu sama lain (Heizer, Render, & Munson, 2017). Dalam upaya mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas, maka perusahaan harus dapat memastikan para karyawannya mendapatkan kenyamanan dalam bekerja baik secara fisik maupun psikologis. Rasa aman dan nyaman akan membantu karyawan dalam meningkatkan produktivitasnya.

Menurut Moorthy et al (2012) dalam Melisa (2019) demografi tim wirausaha seperti tingkat pendidikan dan ukuran tim wirausaha memiliki hubungan positif dalam penentuan kinerja UKM. Tingkat pendidikan baik pemilik maupun karyawan UKM menentukan kinerja UKM tersebut, begitupun dengan jumlah karyawan dari UKM. Semakin tinggi tingkat pendidikan pemilik maupun karyawan, semakin baik pula kinerja UKM tersebut.

Kalique et al (2015) menemukan bahwa perusahaan yang memperhatikan modal intelektual dalam berwirausaha akan meningkatkan kinerja perusahaannya. Perusahaan yang mempertahankan modal intelektual dengan baik akan meningkatkan kinerja perusahaannya secara keseluruhan, termasuk juga kinerja keuangan perusahaan. Jika dilihat dari perspektif kuantitatif, kinerja perusahaan dikatakan baik jika kinerja keuangan perusahaan juga baik.

Rusdi (2016) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa kompetensi SDM berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Ini berarti pengembangan kompetensi SDM para pelaku UMKM mutlak diperlukan untuk menciptakan suatu kemajuan dalam bidang UMKM di Indonesia. Pengembangan kompetensi dan kapasitas diri harus dilakukan bagi para pelaku UMKM.

c. Indikator Kinerja Usaha

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan menurut Tattichi et al (2008) adalah variable kuantitatif. Pengukuran kinerja kuantitatif hanya berfokus pada nilai yang dikeluarkan oleh perusahaan dan manfaa yang diterima perusahaan. Pengukuran kinerja kuantitatif berupa pendapatan keuangan (ROE, ROA, ROI), produksi (jumlah barang yang dijual, rasio biaya operasi), pemasaran (jumlah pelanggan), dan efisiensi.

Minizu (2010) juga mengemukakan indikator dalam mengukur kinerja perusahaan, yaitu:

- 1) Pertumbuhan penjualan yang meningkat
- 2) Pertumbuhan modal meningkat
- 3) Peambahan tenaga kerja setiap tahun
- 4) Pertumbuhan pasar dan pemasaran semakin membaik
- 5) Pertumbuhan keuntungan/laba usaha semakin membaik

Menurut Maltz, Shenhar, & Reilly (2003) ada lima indikator utama dalam mengukur kinerja perusahaan, yaitu:

- 1) *Financial measure*, mewakili pendekatan tradisional untuk keberhasilan organisasi dan melibatkan langkah-langkah penjualan, keuntungan maupun laba investasi.
- 2) *Market/customer performance*, mewakili hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dimana perusahaan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan, membuat produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan, dan memuaskan pelanggan sehingga tingkat loyalitas pelanggan menjadi tinggi.
- 3) *Process performance*, mencerminkan efisiensi perusahaan dan melihat perbaikan.
- 4) *People development performance*, mengakui peran penting para pemangku kepentingan di dalam keberhasilan perusahaan.
- 5) *Future performance*, mencakup tindakan strategi perencanaan kualitas, lemitraan dan aliansi, mengantisipasi dan mempersiapkan perubahan lingkungan, teknologi dan investasi di pasar baru.

4. Modal Intelektual

a. Pengetian Modal Intelektual

Modal intelektual (IC) pada umumnya didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan dan nilai buku dari aset perusahaan tersebut atau dari financial capitalnya. Modal intelektual (*Intellectual Capital*) oleh Nahapiet dan Ghoshal (1998) mengacu kepada pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu

kolektivitas sosial, seperti sebuah organisasi, komunitas intelektual, atau praktek profesional. Modal intelektual mewakili sumber daya yang bernilai dan kemampuan untuk bertindak yang didasarkan pada pengetahuan.

Dapat dinyatakan bahwa modal intelektual merupakan suatu konsep penting yang dapat memberikan sumber daya berbasis pengetahuan dan mendeskripsikan aset tak berwujud yang jika digunakan secara optimal memungkinkan perusahaan untuk menjalankan strateginya dengan efektif dan efisien. Dengan demikian modal intelektual merupakan pengetahuan yang memberikan informasi tentang nilai tak berwujud perusahaan yang dapat mempengaruhi daya tahan dan memberikan kontribusi pada keunggulan kompetitif perusahaan.

Beberapa peneliti mengungkapkan definisi Modal Intelektual sebagai berikut:

- 1) Modal Intelektual bersifat eksklusif, tetapi sekali ditemukan dan dieksploitas akan memberikan organisasi basis sumber baru untuk berkompetisi dan menang (Bontis, 2000).
- 2) Modal Intelektual adalah istilah yang diberikan untuk mengkombinasikan intangible asset dari pasar, properti intelektual, infrastruktur dan pusat manusia yang menjadikan suatu perusahaan dapat berfungsi (Brooking, 1996).

Modal Intelektual adalah karakteristik dan kebiasaan yang dimiliki oleh seorang wirausaha. Kebanyakan kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan bertujuan untuk berinovasi, dan menggunakan teknologi sebagai alat dasar untuk mengembangkan usaha mereka. Karakteristik yang mereka miliki adalah kegigihan, berani mengambil tantangan baru dengan resiko yang sudah diperhitungkan, berkomitmen dalam bekerja (Audretsch & Keilbach, 2004). Jadi, Modal Intelektual yang dimiliki oleh sebuah usaha mengacu pada karyawan yang berinovasi dan berani mengambil resiko untuk berkontribusi dalam perkembangan usaha mereka.

b. Teori Modal Intelektual

Konsep dan istilah modal intelektual pertama kali dikaitkan dengan seorang ekonom yang bernama John Kenneth (Anghel, 2008 dalam Alipour, 2012) dan ditemukan pada tahun 1969 (Beshkooch et.al, 2013). Para praktisi dan akademisi mulai mempertimbangkan konsep modal intelektual sebagai aset strategis dan penentu utama dalam proses penciptaan nilai bagi stakeholder dan perusahaan. Teori modal intelektual pada awalnya dikembangkan sebagai kerangka kerja untuk menganalisis kontribusi nilai aset tidak berwujud dalam sebuah organisasi (Sveiby, 1997 dalam Bataineh dan Al Zoaby, 2011). Namun teori-teori baru termasuk perspektif strategis memungkinkan identifikasi dan evaluasi kompetensi inti yang membantu mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan (Viedma, 2003).

c. Indikator Modal Intelektual

Menurut Khaliq (2015), Modal Intelektual terdiri dari tiga sub komponen, yaitu:

1) Modal Sosial

Coleman dalam Fukuyama (2002) mendefinisikan Modal Sosial yakni kemampuan masyarakat untuk bekerjasama demi mencapai tujuan bersama dalam berbagai kelompok dan organisasi. Teori tentang modal sosial mengemukakan bahwa jaringan hubungan merupakan sebuah sumber daya yang dapat digunakan untuk pelaksanaan kegiatan sehari-hari. Para anggota jaringan “modal”, misalnya dalam bentuk istimewa yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, akses informasi, ketersediaan, peluang, dan status sosial.

Burt dalam Suparman (2012) mendefinisikan modal sosial sebagai kemampuan masyarakat untuk melakukan asosiasi (berhubungan) satu sama lain dan selanjutnya menjadi kekuatan yang sangat penting bukan hanya bagi kehidupan ekonomi akan tetapi juga setiap aspek eksistensi sosial yang lain. Adapun Putnam (2000) mengemukakan bahwa modal sosial adalah penampilan organisasi sosial seperti jaringan-jaringan dan kepercayaan yang memfasilitasi adanya koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Partha dalam Suparman (2012) mendefinisikan, modal sosial sebagai

hubungan-hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial masyarakat dalam spektrum yang luas, yaitu sebagai perekat sosial (social glue) yang menjaga kesatuan anggota kelompok secara bersama-sama. Modal sosial adalah sumber daya yang berintikan elemen-elemen pokok yang mencakup: kepercayaan, jaringan sosial, dan etika bisnis.

2) Modal Pelanggan

Modal Pelanggan merupakan sumber daya yang dikaitkan hubungan eksternal perusahaan dengan konsumen, supplier atau partner dalam Research and Development (R&D) (Starovic & Marr, 2004), meliputi brand, konsumen, loyalitas konsumen nama perusahaan, jaringan distribusi, kolaborasi bisnis, kesepakatan lisensi dan kontrak-kontrak yang mendukung. Pengelolaan Modal Pelanggan yang baik akan menyebabkan kompetensi dalam aktivitas organisasi atau respon terhadap perubahan pasar dapat dikembangkan. Jika sebuah organisasi menjadi fokus terhadap konsumen dan menjadi penentu pasar, maka organisasi tersebut akan menciptakan rutinitas dan proses organisasi yang efisien serta dapat melayani konsumen dengan baik.

Modal Pelanggan atau modal pelanggan adalah hubungan organisasi dengan orang-orang yang berbisnis dengan

organisasi tersebut. Onge (1996) memberi definisi Modal Pelanggan sebagai kedalaman (penetrasi), kelebaran (cakupan), dan keterkaitan (loyalty) dari perusahaan. Edvinsson dalam Brinker (2000) menambahkan Modal Pelanggan adalah kecenderungan pelanggan suatu perusahaan untuk tetap melakukan bisnis dengan perusahaan tersebut.

Modal Pelanggan muncul dalam bentuk proses belajar, akses, dan kepercayaan. Ketika sebuah perusahaan atau seseorang akan memutuskan membeli dari suatu perusahaan, maka keputusan didasarkan pada kualitas hubungan mereka, harga, dan spesifikasi teknis. Semakin baik hubungannya, semakin besar peluang rencana pembelian akan terjadi, dan hal ini berarti semakin besar peluang rencana pembelian akan terjadi, dan hal ini berarti semakin besar peluang perusahaan belajar dengan dan dari pelanggan serta pemasoknya. Pengetahuan yang dimiliki bersama adalah bentuk tertinggi Modal Pelanggan. (Sugeng, 2002). Edvinsson dalam Brinker (2000) menyarankan pengukuran beberapa hal berikut ini yang terdapat dalam modal pelanggan, yaitu: *Customer Profile*, *Customer Duration*, *Customer Role*, *Customer Support*, dan *Customer Success*.

3) Modal Teknologi

Adeosun, et al (2009) berpendapat bahwa penggunaan teknologi memberikan nilai positif bagi strategi manajemen yang terkait dengan aspek komunikasi, akses informasi, pengambilan keputusan, manajemen data dan knowledge management pada sebuah organisasi. Teknologi dapat menjadi kekuatan strategi dan alat bagi organisasi yang memberi keuntungan pada aspek promosi dan kekuatan daya saing (Buhalis, 2003).

Teknologi memberikan keuntungan bagi organisasi bisnis untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kemampuan organisasi bisnis dalam melakukan koordinasi dengan pihak luar. Teknologi juga terbukti mempunyai dampak positif pada kinerja organisasi (Maldeni dan Jayasena dalam Fajrina, 2017). Karena itulah modal teknologi sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja UMKM.

Indikator atau alat ukur dari teknologi dapat diukur dengan 4 indikator sebagai berikut:

- a. Intensitas teknologi informasi
- b. Investasi pada teknologi
- c. Kemudahan bertukar informasi
- d. Kemudahan akses bekerjasama

d. Hubungan Modal Intelektual dengan Kinerja Usaha

Modal intelektual merupakan salah satu cara perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaannya. Khalique et al (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh modal intelektual terhadap kinerja UMKM mengungkapkan bahwa modal intelektual berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Peneliti Daou et al (2014) yang berjudul *Towards a better understanding of intellectual capital in Mexican SMEs* mengemukakan bahwa modal intelektual berpengaruh dalam peningkatan kinerja UMKM. Fajrina (2017) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kinerja UMKM di pengaruhi juga oleh modal intelektual.

5. Modal Sosial

a. Pengertian Modal Sosial

Coleman dalam Fukuyama (2002) mengemukakan bahwa Modal Sosial merupakan kemampuan seseorang untuk bekerjasama dalam mencapai tujuan bersama dalam berbagai kelompok dan organisasi. Menurut Burt dalam Suparman (2012) mendefinisikan Modal Sosial sebagai kemampuan masyarakat untuk melakukan asosiasi (berhubungan) satu sama lain dan selanjutnya menjadi kekuatan yang sangat penting bukan hanya untuk kehidupan ekonomi tetapi juga setiap aspek sosial yang lain. Adapun Putnam (2000) mengemukakan bahwa modal sosial adalah penampilan organisasi sosial seperti jaringan-jaringan dan kepercayaan yang memfasilitasi adanya

koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Partha dalam Suparman (2012) mendefenisikan, modal sosial sebagai hubungan-hubungan yang tercipta dan normanorma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial masyarakat dalam spektrum yang luas, yaitu sebagai perekat sosial (*social glue*) yang menjaga kesatuan anggota kelompok secara bersama-sama.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Modal Sosial adalah kemampuan seseorang untuk bekerjasama dalam mencapai tujuan bersama dalam kelompok ataupun organisasi

b. Indikator Modal Sosial

Indikator yang di gunakan dalam Modal Sosial menurut Khaliq (2015) adalah budaya, pertukaran informasi dan relasi. Menurut Fukuyama (2002) Modal Sosial terdiri dari tiga elemen pokok, yaitu:

1. Kepercayaan (*trust*) adalah kecenderungan untuk menepati yang telah dikatakan baik secara lisan dikatakan baik secara lisan maupun tulisan. Adanya sifat kepercayaan ini merupakan landasan utama bagi seseorang untuk menyerahkan sesuatu kepada orang lain dengan keyakinan. Bahwa yang bersangkutan akan menepati janji atau memenuhi kewajiban. Hal ini meliputi adanya kejujuran (*honesty*), kewajaran (*fairness*), toleransi (*tolerance*) dan kemurahan hati (*generosity*).

2. Jaringan sosial (*network*) yang meliputi adanya partisipasi (*participations*), pertukaran timbal balik (*reciprocity*), solidaritas yaitu kesediaan untuk secara ikut menanggung suatu konsekuensi sebagai wujud adanya rasa kebersamaan dalam menghadapi suatu masalah kerjasama (*collaboration*) dan keadilan (*equity*).
3. Etika bisnis, terdiri dari pemahaman-pemahaman, nilai-nilai, harapan-harapan dan tujuan-tujuan yang diyakini dan dijalankan bersama oleh sekelompok orang. Norma-norma bersumber dari agama, panduan moral, maupun standar-standar sekuler seperti halnya kode etik profesional. Norma dibangun dan tumbuh berkembang berdasarkan sejarah kerjasama di masa lalu dan diterapkan untuk mendukung iklim kerjasama. Norma dapat diartikan pra-kondisi maupun produk dari kepercayaan sosial.

c. Hubungan Modal Sosial dengan Kinerja Usaha

Modal Sosial merupakan salah satu cara perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Khalique et al (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh Modal Intelektual yang didalamnya terdapat variabel Modal Sosial terhadap kinerja UMKM mengungkapkan bahwa Modal Sosial yang terdapat dalam Modal Intelektual berpengaruh dalam meningkatkan kinerja UMKM. Fajrina (2017) dalam penelitiannya tentang Modal Intelektual yang

didalamnya terdapat juga Modal Sosial mengungkapkan bahwa Modal Sosial berpengaruh dalam peningkatan kinerja UMKM. Dalam penelitian Muchtar (2018) yang berjudul *Entrepreneurial Intellectual Capital [Human Capital, Social Capital, Customer Capital, Technology Capital] on SME's performance in Medan, Indonesia* yang menyatakan bahwa Modal Sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Medan.

6. Modal Pelanggan

a. Pengertian Modal Pelanggan

Pada dasarnya Modal Pelanggan adalah hubungan antara perusahaan dengan para konsumennya. Modal Pelanggan merupakan sumber daya yang dikaitkan hubungan eksternal perusahaan dengan konsumen, supplier atau partner dalam *Research and Development* (R&D) (Starovic & Marr, 2004), meliputi *brand*, konsumen, loyalitas konsumen nama perusahaan, jaringan distribusi, kolaborasi bisnis, kesepakatan lisensi dan kontrak-kontrak yang mendukung. Pengelolaan Modal Pelanggan yang baik akan menyebabkan kompetensi dalam aktivitas organisasi atau respon terhadap perubahan pasar dapat dikembangkan. Jika sebuah organisasi menjadi fokus terhadap konsumen dan menjadi penentu pasar, maka organisasi tersebut akan menciptakan rutinitas dan proses organisasi yang efisien serta dapat melayani konsumen dengan baik. Modal Pelanggan adalah hubungan organisasi dengan orang-orang yang berbisnis dengan

organisasi tersebut. Onge memberi definisi Modal Pelanggan sebagai kedalaman (penetrasi), kelebaran (cakupan), dan keterkaitan (*loyalty*) dari perusahaan. Edvinsson menambahkan customer capital adalah kecenderungan pelanggan suatu perusahaan untuk tetap melakukan bisnis dengan perusahaan tersebut. Modal Pelanggan muncul dalam bentuk proses belajar, akses, dan kepercayaan. Ketika sebuah perusahaan atau seseorang akan memutuskan membeli dari suatu perusahaan, maka keputusan didasarkan pada kualitas hubungan mereka, harga, dan spesifikasi teknis. Semakin baik hubungannya, semakin besar peluang rencana pembelian akan terjadi, dan hal ini berarti semakin besar peluang rencana pembelian akan terjadi, dan hal ini berarti semakin besar peluang perusahaan belajar dengan dan dari pelanggan serta pemasoknya. Pengetahuan yang dimiliki bersama adalah bentuk tertinggi customer capital. (Sugeng, 2002: 206).

b. Indikator Modal Pelanggan

Khalique (2015) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa indikator Modal Pelanggan meliputi kepuasan pelanggan, kesetiaan pelanggan, dan jaringan pelanggan. Muchtar (2018) dalam penelitian mengatakan bahwa indikator Modal Pelanggan meliputi nilai brand, hubungan yang kuat dengan pelanggan, kesetiaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Sementara Edvinsson dalam Brinker (2000) menyarankan pengukuran beberapa hal berikut ini yang terdapat dalam modal pelanggan, yaitu:

1. *Customer Profile*. Siapa pelanggan-pelanggan kita, dan bagaimana mereka berbeda dari pelanggan yang dimiliki oleh pesaing. Hal potensial apa yang kita miliki untuk meningkatkan loyalitas, mendapatkan pelanggan baru, dan mengambil pelanggan dari pesaing.
2. *Customer Duration*. Seberapa sering pelanggan kita berbalik pada kita? Apa yang kita ketahui tentang bagaimana dan kapan pelanggan akan menjadi pelanggan yang loyal? Serta seberapa sering frekuensi komunikasi kita dengan pelanggan.
3. *Customer Role*. Bagaimana kita mengikutsertakan pelanggan ke dalam desain produk, produksi dan pelayanan.
4. *Customer Support*. Program apa yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan.
5. *Customer Success*. Berapa besar rata-rata setahun pembelian yang dilakukan oleh pelanggan.

c. Hubungan Modal Pelanggan dengan Kinerja Usaha

Modal Pelanggan merupakan salah satu cara perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Khalique et al (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh Modal Intelektual yang didalamnya terdapat variabel Modal Pelanggan terhadap kinerja UMKM mengungkapkan bahwa Modal Pelanggan yang terdapat dalam Modal Intelektual berpengaruh dalam meningkatkan kinerja UMKM. Fajrina (2017) dalam penelitiannya tentang Modal Intelektual yang

didalamnya terdapat juga Modal Pelanggan mengungkapkan bahwa Modal Pelanggan berpengaruh dalam peningkatan kinerja UMKM. Dalam penelitian Muchtar (2018) yang berjudul *Entrepreneurial Intellectual Capital [Human Capital, Social Capital, Customer Capital, Technology Capital] on SME's performance in Medan, Indonesia* yang menyatakan bahwa Modal Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Medan.

7. Modal Teknologi

a. Pengetian Modal Teknologi

Adeosun, et al (2009) berpendapat bahwa penggunaan teknologi memberikan nilai positif bagi strategi manajemen yang terkait dengan aspek komunikasi, akses informasi, pengambilan keputusan, manajemen data dan knowledge management pada sebuah organisasi. Teknologi dapat menjadi kekuatan strategi dan alat bagi organisasi yang memberi keuntungan pada aspek promosi dan kekuatan daya saing (Buhalis, 2003). Teknologi memberikan keuntungan bagi organisasi bisnis untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kemampuan organisasi bisnis dalam melakukan koordinasi dengan pihak luar. Teknologi juga terbukti mempunyai dampak positif pada kinerja organisasi (Maldeni dan Jayasena, 2009). Karena itulah modal teknologi sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja UMKM.

b. Indikator Modal Teknologi

Menurut Khalique (2015) dalam penelitiannya mengatakan bahwa informasi dan pengetahuan teknologi, penelitian dan pengembangan, dan perlindungan hak cipta merupakan indikator dari Modal Teknologi. Muchtar (2018) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa indikator dalam Modal Teknologi terdiri dari asset tak berwujud yang merupakan inovasi dan proses teknis. Menurut Fukuyama (2002) indikator dari Modal teknologi terbagi dari 4 indikator, yaitu :

1. Intensitas teknologi informasi
2. Investasi pada teknologi
3. Kemudahan bertukar informasi
4. Kemudahan akses bekerjasama

c. Hubungan Modal Teknologi dengan Kinerja Usaha

Modal Teknologi merupakan salah satu cara perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Khalique et al (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh Modal Intelektual yang didalamnya terdapat variabel Modal Teknologi terhadap kinerja UMKM mengungkapkan bahwa Modal Teknologi yang terdapat dalam Modal Intelektual berpengaruh dalam meningkatkan kinerja UMKM. Fajrina (2017) dalam penelitiannya tentang Modal Intelektual yang didalamnya terdapat juga Modal Teknologi mengungkapkan bahwa Modal Pelanggan berpengaruh dalam peningkatan kinerja UMKM.

Dalam penelitian Muchtar (2018) yang berjudul *Entrepreneurial Intellectual Capital [Human Capital, Social Capital, Customer Capital, Technology Capital] on SME's performance in Medan, Indonesia* yang menyatakan bahwa Modal Teknologi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Medan.

8. Kompetensi SDM

a. Pengertian Kompetensi SDM

Kompetensi atau kemampuan didefinisikan oleh Mitrani (1995) adalah sebagai suatu sifat dasar seseorang yang dengan sendirinya berkaitan dengan pelaksanaan suatu pekerjaan secara efektif atau sangat berhasil (*an underlying characteristic: of an individual which is casually related to effective or superior performance in job*), Ketidaksamaan dalam kompetensi-kompetensi inilah yang membedakan seseorang pelaku unggul dari perilaku yang berprestasi rata-rata. Untuk mencapai kinerja sekedar cukup atau rata-rata, diperlukan kompetensi batas (*threshold competencies*) atau kompetensi esensial. Kompetensi batas atau kompetensi istimewa untuk suatu pekerjaan tertentu merupakan pola atau pedoman dalam pemilihan karyawan (*personel selection*), Perencanaan pengalihan tugas (*succession planing*), penilaian kinerja (*performance appraisal*), dan pengembangan. Kompetensi didefinisikan (Mitrani et.al, 1992; Spencer and Spencer, 1993) sebagai *an underlying characteristic's of an individual which is causally related to criterion-referenced*

effective and or superior performance in a job or situation Atau karakteristik yang mendasari seseorang dan berkaitan dengan efektifitas kinerja individu dalam pekerjaannya. Berangkat dari pengertian tersebut kompetensi seorang individu merupakan sesuatu yang melekat dalam dirinya yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kerjanya. Sesuatu yang dimaksud bisa menyangkut motif, konsep diri, sifat, pengetahuan maupun kemampuan/keahlian. Kompetensi individu yang berupa kemampuan dan pengetahuan bisa dikembangkan melalui pendidikan dan pelatihan. Sedangkan motif kompetensi dapat diperoleh pada saat proses seleksi.

Dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing individu yang berbeda antara satu dengan yang lainnya yang bertujuan untuk pencapaian kinerja yang baik dalam pekerjaan yang dilakukannya.

b. Teori Kompetensi SDM

Manusia sesungguhnya memiliki potensi yang luar biasa dalam hidupnya. Menurut teori konvergensi, baik pembawaan maupun lingkungan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perkembangan seorang anak manusia. Pidato Theodore Schultz pada tahun 1960 yang berjudul "*investment in human capital*" di hadapan *The American Economic Association* dan sekaligus sebagai peletak dasar teori *human capital* (kompetensi SDM) modern. Pesan utama

dari pidato tersebut sederhana, bahwa proses perolehan pengetahuan dan keterampilan melalui pendidikan bukan merupakan suatu bentuk konsumsi semata-mata, akan tetapi juga merupakan suatu investasi. Menurut pengertian ilmu ekonomi sekarang, kompetensi yang dimiliki oleh manusia merupakan stok dari kemampuan (skill) dan berpengetahuan produktif (productive knowledge) yang terdapat pada orang-orang di masyarakat. Sesuai dengan pemikiran para pakar "*Human Capital Theory*" masa kini para ekonom mendapatkan konsep bahwa upaya meningkatkan pendidikan dan latihan merupakan karakteristik dari investasi kepada modal sumber daya manusia.

Son (2010) mengemukakan bahwa kompetensi SDM mencerminkan kapasitas produktif sumber daya manusia, termasuk didalamnya berbagai keterampilan (literasi, numerasi, kognitif dan analitikal). Pendapat Son diatas sejalan dengan pendapat Azua dalam Huseini (1999) yang menjelaskan bahwa kompetensi SDM merupakan refleksi dari pendidikan, pengalaman, intuisi dan keahlian. Sullivan and Sheffrin (2003) dalam teorinya menyatakan bahwa Individu yang kompeten adalah merujuk pada kepemilikan kompetensi, pengetahuan dan kemampuan personal yang diwujudkan dalam kecakapan tenaga kerja untuk memproduksi nilai tambah ekonomi.

Kompetensi SDM merupakan sesuatu hal yang didapatkan manusia dengan cara selalu mengasah kemampuan serta potensi yang dimiliki. Modal manusia merupakan sesuatu yang didapatkan dan

diperjuangkan. Kompetensi SDM seseorang cenderung berbeda antara satu dengan yang lain, sehingga kompetensi SDM juga bisa dijadikan sebagai ciri khas seseorang dan dapat dijadikan sebagai nilai lebih dari orang tersebut. Dengan memiliki modal manusia yang cakap, terampil dan inovatif, maka dampak dari segala bidang akan terasa dan akan sangat bermanfaat dalam proses pembangunan ekonomi, sosial maupun politik.

Khaliq et al (2013) dalam sebuah teorinya mengemukakan bahwa Kompetensi SDM atau (human capital) sangat dipertimbangkan sebagai urat nadi sebuah organisasi dan human capital merupakan sumber daya yang sangat krusial untuk berinovasi dan mengembangkan organisasi. Kompetensi SDM merupakan aset yang sangat berharga dan merupakan modal nonfisik yang sangat penting dalam jalannya suatu unit bisnis.

Kompetensi SDM dapat diartikan sebagai nilai ekonomi dari SDM yang terkait dengan kemampuan, pengetahuan, ide-ide, inovasi, energi dan komitmennya. Kompetensi SDM merupakan suatu kemampuan manusia secara pribadi yang merupakan nilai lebih dari manusia itu sendiri. Stewart et al (1998) dalam Sawarjuwono (2003) mengatakan bahwa kompetensi SDM yang disebut juga sebagai modal manusia merupakan *lifeblood* dalam modal intelektual, sumber dari *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. Kompetensi SDM juga merupakan sarana investasi masa

depan yang sangat baik bagi sebuah unit bisnis. Berbeda dengan investasi fisik, investasi dalam SDM semakin hari akan semakin bertambah dan akan memberikan suatu keuntungan lebih di masa yang akan datang. Bagi suatu organisasi Sustainable revenue di masa yang akan datang akan didapatkan jika pembentukan nilai tambah yang dikontribusikan oleh kompetensi SDM. Malhotra (2003) dan Bontis (2002) dalam Rachmawati et al (2004:15). Nafukho et al (2004) dalam bukunya menelaah esensi dan definisi dari pentingnya pengembangan kompetensi SDM, tiga diantaranya yaitu:

- 1) Bentuk investasi seseorang dalam pendidikan yang menghasilkan return dalam penghasilan ekstra setara dengan biaya menempuh pendidikan.
- 2) Investasi dalam pendidikan dan latihan formal maupun informal yang meningkatkan produktifitas individual melalui penyediaan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan motivasi yang dibutuhkan untuk pembangunan ekonomi dan sosial.
- 3) Investasi dalam pendidikan dan pelatihan yang memiliki return pribadi dan social

c. Definisi Kompetensi

Zohar dan Marshall (2000) mengklasifikasikan dimensi dan komponen kompetensi individual menjadi tiga, yaitu:

1) Kompetensi Intelektual

Kompetensi intelektual adalah karakter sikap dan perilaku atau kemauan dan kemampuan intelektual individu (dapat berupa pengetahuan, keterampilan, pemahaman profesional, pemahaman konseptual dan lain-lain) yang bersifat relatif stabil ketika menghadapi permasalahan di tempat kerja, yang dibentuk dari sinergi watak, konsep diri, motivasi internal, serta kapasitas pengetahuan kontekstual. Adapun dimensi pengukuran kompetensi intelektual yaitu berprestasi, kepastian kerja, inisiatif, penguasaan informasi, berpikir analitik, berpikir konseptual, keahlian praktikal, kemampuan linguistik, dan kemampuan naratif.

2) Kompetensi Emosional

Menurut Zohar & Marshall (2000) kompetensi emosional adalah karakter sikap dan perilaku, kemauan, dan kemampuan seseorang untuk mengelola emosi diri sendiri dan orang lain, serta menjalin hubungan positif dengan orang lain, sehingga dapat mendorong ke arah pencapaian kinerja yang lebih baik. Kompetensi emosional juga dapat dikatakan sebagai kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri dalam berbagai situasi. Kompetensi emosional merupakan karakter sikap dan perilaku atau kemauan dan kemampuan untuk menguasai diri dan memahami lingkungan secara objektif dan moralis sehingga pola emosional relative

stabil ketika menghadapi berbagai permasalahan di tempat kerja yang terbentuk melalui sinergi antara watak, konsep diri, motivasi internal serta kapasitas pengetahuan mental atau emosional Kompetensi emosional dapat diukur dengan enam tingkat kemauan dan kemampuan yaitu sensitifikasi, kepedulian terhadap kepuasan konsumen, pengendalian diri, percaya diri, kemampuan beradaptasi, dan komitmen pada organisasi.

3) Kompetensi Sosial

Kompetensi sosial merupakan karakter sikap dan perilaku atau kemauan dan kemampuan untuk membangun kerja sama dengan orang lain yang relatif bersifat stabil ketika menghadapi permasalahan di tempat kerja yang terbentuk melalui sinergi antara watak, konsep diri motivasi internal serta kapasitas pengetahuan sosial konseptual. Menurut Nahapiet & Ghoshal (1998) pengukuran kompetensi sosial tersentralisasi kedalam tujuh tingkat kemauan dan kemampuan yaitu (1) pengaruh dan dampak, (2) kesadaran berorganisasi, (3) membangun hubungan kerja, (4) mengembangkan orang lain, (5) mengarahkan bawahan, (6) kerja tim, dan (7) kepemimpinan kelompok.

d. Manfaat Kompetensi SDM

Konsep kompetensi sudah mulai diterapkan Dalam berbagai aspek manajemen sumber daya manusia (Busro, 2010). Walaupun yang paling banyak adalah pada bidang pelatihan dan pengembangan,

rekrutmen dan seleksi, dan sistem remunisasi. Ruky (2003) dalam Busro (2018) mengemukakan konsep kompetensi mejadi semakin populer dan sudah banyak digunakan oleh perusahaan – perusahaan besar dengan berbagai alasan yaitu:

- 1) Memperjelas standar kerja dan harapan yang ingin dicapai. Dalam hal ini, model kompetensi akan mampu menjawab dua pertanyaan mendasar: keterampilan, pengetahuan, dan karakteristik apa saja yang dibutuhkan dalam pekerjaan, dan perilaku apa saja yang berpengaruh langsung dengan kinerja. Kedua hal tersebut akan banyak membantu dalam pengambilan keputusan secara subjektif dalam bidang sumber daya manusia
- 2) Alat seleksi karyawan. Penggunaan kompetensi standar sebagai alat seleksi dapat membantu organisasi untuk memelih calon karyawan yang terbaik. Dengan kejelasan terhadap perilaku efektif yang diharapkan dari karyawan, kita dapat mengarahkan pada sasaran selektif serta mengurangi biaya rekrutmen yang tidak perlu. Caranya dengan mengembangkan suatu perilaku yang dibutuhkan setiap fungsi jabatan serta memfokuskan wawancara seleksi pada perilaku yang dicari
- 3) Memaksimalkan produktivitas. Tuntutan untuk menjadikan suatu organisasi ramping mangharuskan kita untuk mencari karyawan yang dapat dikembangkan secara terarah untuk menutupi

kesenjangan dalam keterampilannya, sehingga mampu dimobilisasikan secara vertikal maupun horizontal.

- 4) Dasar untuk pengembangan sistem remunerasi. Model kompetensi dapat digunakan untuk pengembangan sistem remunerasi (imbalan) yang akan dianggap lebih adil. Kebijakan remunerasi akan lebih terarah dan transparan dengan mengaitkan sebanyak mungkin keputusan dengan suatu set perilaku yang diharapkan yang ditampilkan seorang karyawan.
- 5) Memudahkan adaptasi terhadap perubahan. Dalam era perubahan yang sangat cepat, sifat dari suatu pekerjaan sangat cepat berubah dan kebutuhan akan kemampuan baru terus meningkat. Model kompetensi memberikan sarana untuk menetapkan keterampilan apa saja yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan yang selalu berubah
- 6) Menyelaraskan perilaku kerja dengan nilai – nilai organisasi. Model kompetensi merupakan cara yang paling mudah untuk mengomunikasikan nilai – nilai dan hal – hal apa saja yang harus menjadi fokus dalam kerja karyawan.

e. Peran Manajer dalam Meningkatkan Kompetensi SDM

Di dalam suatu perusahaan yang tidak memiliki manajer maka bisa dipastikan bahwa perusahaan tersebut akan bangkrut karena proses manajemen dalam perusahaan tersebut tidak berjalan, walaupun sumber daya alat dan infrastrukturnya lengkap namun

apabila tidak ada yang mengatur maka hal itu tidak akan ada artinya oleh karena itu peran manajer sangatlah vital. Manajer yang hanya menyuruh-nyuruh saja tanpa mau dikoreksi apalagi disalahkan bukanlah seorang manajer yang baik, dan hal itu dapat menurunkan kualitas dan kinerja dari para bawahan yang dia bawahi, dan akhirnya berdampak kepada keuntungan atau kelangsungan dari organisasi itu sendiri, agar perusahaan tidak menjadi korban dari hal tersebut maka perlu dipilih seorang manajer yang baik yang mampu mengatasi masalah dan memiliki ciri-ciri kepemimpinan yang komunikatif:

- 1) Seorang manajer harus memahami identitas dan khususnya karakter dari bawahannya, misalnya kemampuan komunikasinya, keagresifan dalam bertanya, kadar emosi bawahannya, dan pengetahuan tentang suatu masalah, hal ini menjadi penting karena untuk memperkecil distorsi informasi ketika manajer akan mendengarkan dan merespon usulan atau apresiasi yang disampaikan oleh bawahannya.
- 2) Seorang manajer harus memahami apa yang disampaikan bawahan termasuk dalam hal isi dan tujuan penyampaian aspirasi, dengan semakin paham maka komunikasi akan semakin lancar sehingga tidak akan ada multitafsir sehingga tidak salah tangkap.
- 3) Selalu fokus dan penuh perhatian kepada karyawan yang menyampaikan pesan atau aspirasi, dan usahakan jangan memberikan kesan manajer melecehkan bawahannya, hal ini

penting untuk memberikan empati tinggi sehingga karyawan atau bawahan akan merasa diperhatikan dan dihargai eksistensi dan usulanya.

f. Indikator Kompetensi SDM

Dalam menilai sejauh mana pelaku bisnis telah memiliki modal manusia yang cukup, dapat dilihat dari beberapa indikator terkait dengan modal manusia. Fatoki (2011) merumuskan beberapa indikator untuk mengetahui kompetensi SDM yang dimiliki oleh pelaku usaha, antara lain:

- 1) tingkat Pendidikan
- 2) pengalaman dalam dunia bisnis
- 3) pengalaman terkait sesuai dengan bisnis yang dijalankan saat ini
- 4) pengalaman manajerial dalam mengelola bisnis
- 5) pendidikan terkait dunia bisnis
- 6) kompetensi mengatur keuangan
- 7) kompetensi dalam pemasaran
- 8) kompetensi pribadi
- 9) kompetensi manajerial secara umum

Selain pendapat diatas, Ardiana et al (2010) juga mengemukakan beberapa indikator yang dapat dijadikan acuan untuk mengetahui pemanfaatan SDM dalam kinerja UMKM, antara lain:

- 1) *knowledge* (pengetahuan)
- 2) *skills* (keahlian)

3) *ability* (kemampuan)

Menurut Subagyo dalam Rusdi (2016) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas SDM antara lain:

1) Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum. Semakin tinggi tingkat pendidikan, maka akan semakin tinggi pula kompetensi SDM.

2) Pengalaman dalam dunia bisnis

Pengalaman dapat diartikan juga sebagai memori episodic, yaitu memori yang menerima dan menyimpan peristiwa yang terjadi atau dialami individu pada waktu dan tempat tertentu, yang berfungsi sebagai referensi otobiografi. Dengan pengalaman yang semakin banyak di dunia bisnis, maka seseorang akan lebih mempunyai kompetensi (di bidang bisnis) yang lebih baik.

3) Kompetensi mengatur keuangan

Kompetensi keuangan merupakan suatu kemampuan seseorang untuk dapat mengelola aset finansial secara baik dan sesuai dengan kaidah manajemen keuangan.

4) Kompetensi dalam pemasaran

Kompetensi pemasaran merupakan suatu kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengatur sistem pemasaran dalam bisnis yang dikelolanya.

5) Kompetensi manajerial secara umum

Kompetensi secara umum yaitu suatu kemampuan seseorang dalam mengelola perusahaan/organisasi secara menyeluruh. Termasuk didalamnya kemampuan pengambilan keputusan dan kepemimpinan.

Untuk selanjutnya, indikator kompetensi SDM menurut Subagyo (2010 dalam Rusdi (2016) yang digunakan sebagai alat uji dalam penelitian ini dengan alasan bahwa indikator kompetensi SDM menurut Subagyo (2010) dalam Rusdi (2016) sudah mencakup aspek – aspek pokok tentang kompetensi SDM.

g. Hubungan Kompetensi SDM dengan Kinerja Usaha

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menompang pembangunan ekonomi di suatu negara. Sumber daya manusia merupakan penggerak sekaligus menjadi penentu arah kebijakan – kebijakan pembangunan. Mengingat peran SDM yang sangat krusial ini menjadikan pengembangan SDM merupakan agenda pokok dalam Negara – Negara yang sedang berkembang untuk melesat maju menuju Negara maju. Fatoki (2011) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa peran *human capital* memiliki andil yang sangat besar dalam penentuan kinerja suatu

UMKM. Didukung juga oleh Ngugi et al (2012) yang mengatakan bahwa beberapa kemampuan SDM sangat menentukan kemajuan suatu perekonomian perusahaan. Kemampuan – kemampuan tersebut yaitu: pertama, kemampuan teknik manajerial sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM di Kenya, namun dengan demikian hal tersebut harus diikuti juga dengan pengalaman manajerial. Kedua, keuletan dalam berwirausaha juga berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM namun hal itu juga harus diikuti dengan keberanian SDM dalam mengambil resiko.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian Khalique (2015) yang berjudul *Intellectual capital in small and medium enterprises in Pakistan* menemukan bahwa Modal intelektual Berengaruh positif terhadap UMKM di Pakistan. Namun, hubungan antara modal manusia dan kinerja UMKm paling lemah dan tidak terwujud di Pakistan. Manajer UMKm harus berhati – hati dalam melakukan investasi yang berhubungan dengan sumber daya manusia. Selanjutnya Daou (2014) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa manajer menganggap modal intelektual sangat lah penting, mengingat terbatasnya akses ke pembiayaan. Oleh karna itu modal intelektual memainkan peran yang semakin penting dalam mendapatkan keunggulan bersaing.

Penelitian yang dilakukan oleh Fajrina (2017) yang berjudul Pengaruh Entrepreneurial Intellectual Capital terhadap Kinerja UMKM Kuliner Asia Mega Mas Medan mengatakan bahwa modal intelektual berpengaruh positif

terhadap kinerja UMKM kuliner di Asia Mega Mas Medan. Namun, variabel modal pelanggan yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Kuliner di Asia Mega Mas Medan. Variabel modal pelanggan menjadi variabel dominan dalam penelitian ini untuk meningkatkan kinerja UMKM Kuliner di Asia Mega Mas Medan. Selanjutnya penelitian Rusdi (2015) menunjukkan hasil bahwa Kompetensi SDM dan Modal Intelektual berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Ciputat Timur. Namun, kompetensi SDM memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap kinerja UMKM di Ciputat Timur.

Christiana (2014) mengatakan dalam penelitiannya bahwa seluruh variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha batik di Pekalongan. Ini berarti, perusahaan harus memperhatikan variabel independen agar menciptakan perkembangan usaha batik di Sentra Pesindon yang semakin tinggi pula. Lenora (2008) mengungkapkan bahwa program yang dilakukan oleh Garda Emas belum efektif, karena penghasil sendal yang mengikuti program ataupun yang tidak mengikuti program memiliki penghasilan yang sama

Kompetensi SDM berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kota Surabaya. Namun, variabel kemampuan memiliki pengaruh yang paling dominan (Ardiana & Brahmayanti, 2010).

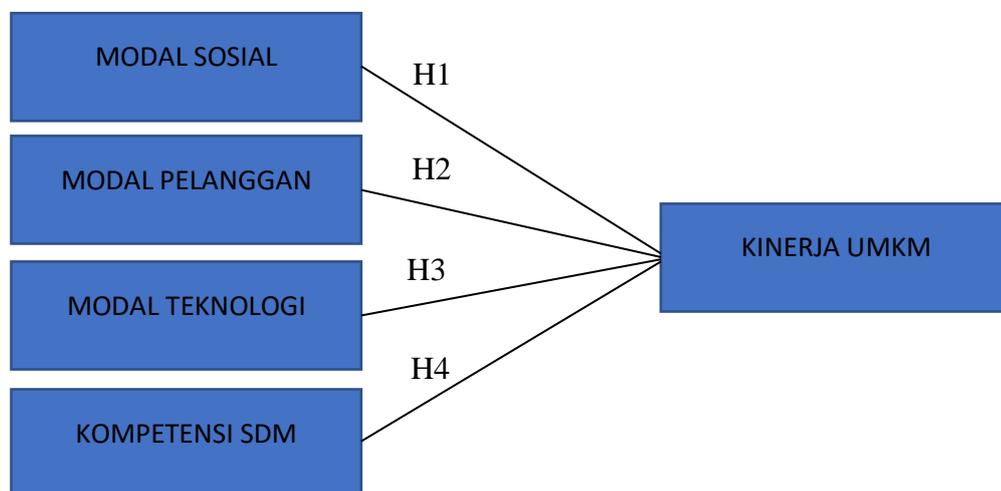
Tabel 2. Penelitian terdahulu

| NO | NAMA PENELITI | JUDUL PENELITIAN | HASIL PENELITIAN |
|----|--|---|---|
| 1 | Muhammad Khalique, Nick Bontis, Jamal Abdul Nassir bin Shaari, dan Abu Hassan Md. Isa (2015) | <i>Intellectual capital in small and medium enterprises in Pakistan</i> | Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa Modal intelektual Berengaruh positif terhadap UMKM di Pakistan. Namun, hubungan antara modal manusia dan kineja UMKM paling lemah dan tidak terwujud di Pakistan. Manajer UMKm harus berhati – hati dalam melakukan investasi yang berhubungan dengan sumber daya manusia |
| 2 | Alain Daou, Egide Karuranga, dan Zhan Su (2014) | <i>Towards a better understanding of intellectual capital in Mexican SMEs</i> | Penelitian ini mengungkapkan bahwa manajer menganggap modal intelektual sangat lah penting, mengingat terbatasnya akses ke pembiayaan. Oleh karna itu modal intelektual memainkan peran yang semakin penting dalam mendapatkan keunggulan bersaing |
| 3 | Ririn Fajrina (2017) | Pengaruh Entrepreneurial Intellectual Capital terhadap Kinerja UMKM Kuliner Asia Mega Mas Medan | Penelitian ini mengungkapkan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM kuliner di Asia Mega Mas Medan. Namun, variabel modal pelanggan yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Kuliner di Asia Mega Mas Medan. Variabel modal pelanggan menjadi variabel dominan dalam |

| NO | NAMA PENELITI | JUDUL PENELITIAN | HASIL PENELITIAN |
|----|-------------------------|---|--|
| | | | penelitian ini untuk meningkatkan kinerja UMKM Kuliner di Asia Mega Mas Medan |
| 4 | M. Rusdi (2016) | Pengaruh Kompetensi SDM Dan Modal Intelektual Terhadap Kinerja Usaha Mikro di Ciputat Timur | Penelitian ini mengemukakan bahwa Modal Intelektual dan Kompetensi SDM berpengaruh positif secara bersama – sama. Namun, kompetensi SDM memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap kinerja UMKM di Ciputat Timur |
| 5 | Yully Christiana (2014) | PENGARUH KOMPETENSI WIRAUUSAHA, PEMBINAAN USAHA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA (Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan) | mengatakan dalam penelitiannya bahwa seluruh variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha batik di Pekalongan. Ini berarti, perusahaan harus memperhatikan variabel independe agar menciptakan perkembangan usaha batik di Sentra Pesindon yang semakin tinggi pula |
| 6 | Budi Lenora (2008) | EVALUASI PROGRAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) “ GARDA EMAS ” | Mpenelitian ini mengungkapkan bahwa program yang dilakukan oleh Garda Emas belum efektif, karna penghasil sendal yang mengikuti program ataupun yang tidak mengikuti program memiliki penghasilan yang sama |

| NO | NAMA PENELITI | JUDUL PENELITIAN | HASIL PENELITIAN |
|----|--------------------|---|--|
| 7 | Brahmayanti (2011) | Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya | Kompetensi SDM berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kota Surabaya. Namun, variabel kemampuan memiliki pengaruh yang paling dominan |

C. Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah hipotesis yang sesuai dengan rumusan masalah, yaitu:

1. H1: Modal Sosial berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.
2. H2: Modal Pelanggan berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.
3. H3: Modal Teknologi berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.
4. H4: Kompetensi SDM berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hasil perhitungan statistik antara Modal Intelektual dan Kinerja Usaha mendapatkan hasil yaitu modal sosial dan modal pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang. Sedangkan, modal teknologi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.
2. Hasil perhitungan statistik antara Kompetensi SDM dan Kinerja Usaha menunjukkan hasil yaitu kompetensi SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.
3. Kompetensi SDM dan Modal Intelektual secara serampak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Padang.

B. Saran

1. Penerapan modal sosial oleh para pelaku UMKM di Kota Padang sudah dijalankan dengan baik akan tetapi harus terus melakukan perbaikan, terutama dalam pernyataan Memiliki jaringan bisnis membantu usaha saya berjalan dengan lancar yang memiliki nilai mean paling rendah dari pernyataan lainnya. Para pelaku UMKM baik pemilik ataupun karyawan perlu memiliki jaringan bisnis dan relasi yang luas sehingga dapat membantu kinerja usaha yang dijalankan.
2. Penerapan modal pelanggan oleh para pelaku UMKM di Kota Padang sudah dijalankan dengan baik akan tetapi harus terus melakukan terutama dalam

mengetahui karakteristik pelanggan karna memiliki nilai mean yang paling kecil dari yang lainnya. Para pelaku UMKM harus mengetahui karakteristik pelanggannya sehingga para pelaku UMKM dapat mengetahui produk apa saja yang disukai pelanggan dan pelayanan yang seperti apa yang diinginkan oleh pelanggannya.

3. Kompetensi SDM juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang. Para pelaku UMKM sudah memiliki kompetensi SDM yang baik, tetapi para pelaku UMKM harus memperhatikan latar belakang Pendidikan untuk dapat menentukan jenis usaha yang akan dijalankan. Dan juga hendaknya terus mengasah kemampuan diri, baik kemampuan manajerial maupun kepemimpinan. Dengan meningkatkan kemampuan diri, maka kinerja UMKM yang dijalankan juga akan meningkat.
4. Para pelaku UMKM di Kota Padang harus terus meningkatkan kinerja usaha yang dijalanannya agar bertahan dalam jangka Panjang. UMKM merupakan usaha kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya yang harus mampu bersaing dengan perusahaan besar dengan memanfaatkan modal sosial, modal pelanggan, dan kompetensi SDM yang dimilikinya. Kinerja UMKM di Kota Padang sudah tergolong baik, namun harus melakukan peningkatan dalam melakukan investasi pada proyek – proyek bersiko tinggi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki sehingga jika proyek tersebut berhasil akan sebanding dengan sumber daya yang sudah dikeluarkan.

5. Penelitian ini masih dibatasi pada UMKM di Kota Padang. Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar dapat memperluas kepada UMKM di Sumatera Barat atau bahkan di Indonesia. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan indikator atau variabel lainnya untuk memperkuat penelitian ini menjadi lebih baik.