

**PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA  
PENJUALAN MELALUI INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH BATIK TULIS  
LASEM KABUPATEN REMBANG**

**Arga Dristianto<sup>1</sup>, Rodhiyah<sup>2</sup>**  
Email: [Argadristianto04@gmail.com](mailto:Argadristianto04@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The presence of SMES Batik Lasem always experience a variety of obstacles, namely human resources are low and their lack of knowledge. Knowledge became an important capital in running the business. The purpose of this research is to know the influence of intellectual capital against sales performance through product innovation as the intervening variables on Batik Lasem SMES. The research type is explanatory research with a sample of 58 respondents as business owners and the sampling technique used is a sampling of saturated. Data analysis using SPSS for Windows version 7.0. Where previously used test the validity, reliability, coefficient of correlation, simple and multiple regression analysis, the determination coefficient, test of significance (t-test and F-test) as well as medote sobel. The results of the analysis indicate the presence of influence between intellectual capital to innovation of products, obtained the results of correlation of 0.401 worth being, the contribution of intellectual capital to innovation of products amounted to 16.1%. The presence of the influence between product innovation against sales performance, the correlation of results obtained 0.333 low value, the contribution of product innovation performance against sales by 11.1%. While intellectual capital has no effect on performance of the sale. Test the 0.084 acquired for correlation value is very low with the contribution amounted to 0.07%. Intellectual capital and innovation products take effect significantly to sales performance with the F-count >F-table (3.536>3.162). Then on the path analysis and the sobel test using preacher tool, there is the influence of intervening product innovation in the relationship of intellectual capital against Batik SME sales performance.*

**Keyword: Intellectual Capital, Product Innovation, Sales Performance**

## ABSTRAK

Kehadiran UKM Batik Lasem selalu mengalami berbagai kendala yaitu sumber daya manusia yang rendah dan kurangnya pengetahuan mereka. Pengetahuan menjadi modal penting dalam menjalankan usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja penjualan melalui inovasi produk sebagai *variabel intervening* pada UKM Batik Tulis Lasem. Tipe penelitian adalah *explanatory research*, dengan sampel 58 responden sebagai pemilik usaha dan teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh. Analisis data menggunakan SPSS for Windows versi 20.0. Dimana sebelumnya digunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi (Uji-t dan Uji-F ) serta *metode sobel*. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh antara *intellectual capital* terhadap inovasi produk, didapat hasil korelasi sebesar 0,401 bernilai sedang, kontribusi *intellectual capital* terhadap inovasi produk sebesar 16,1%. Adanya pengaruh antara inovasi produk terhadap kinerja penjualan, diperoleh hasil korelasi sebesar 0,333 bernilai rendah, kontribusi inovasi produk terhadap kinerja penjualan sebesar 11,1%. Sedangkan *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap kinerja penjualan. Uji korelasi diperoleh sebesar 0,084 bernilai sangat rendah dengan kontribusi sebesar 0,07 %. *Intellectual capital* dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan dengan F-hitung > F-tabel (3,536 > 3.162). Kemudian pada *path analysis* dan *sobel test* dengan menggunakan *preacher tool*, terdapat pengaruh *intervening* inovasi produk dalam hubungan *intellectual capital* terhadap kinerja penjualan UKM Batik Tulis.

**Kata kunci : Intellectual Capital, Inovasi Produk, Kinerja Penjualan**

<sup>1</sup> Arga Dristianto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>2</sup>Rodhiyah, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

## Pendahuluan

Kehadiran UKM sangat berperan penting bagi perekonomian bangsa. UKM dianggap usaha yang kuat dan tahan banting dalam menghadapi gejolak perekonomian (Ari Priana.2009:4). Menurut Setiarso (2006) menyatakan bahwa usaha kecil dan menengah mempunyai peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi. Peran UKM antara lain: 1) membantu perekonomian masyarakat disekitar lokasi usaha, 2) membuka lapangan pekerjaan, 3) meningkatkan penerimaan negara melalui pajak serta dari ekspor dan yang terakhir 4) Serta usaha kecil dan menengah menjadi wadah/sarana dalam menerapkan dan menciptakan inovasi.

Menurut BPS Indonesia (2013) struktur perekonomian Indonesia pada triwulan III tahun 2013 masih di dominasi oleh kelompok provinsi di Pulau Jawa. Hal ini dikarenakan prasarana, perekonomian dan pemerintahan berpusat pada Pulau Jawa. Sehingga dapat mendorong UKM yang ada untuk selalu tumbuh dan berkembang.

Dengan semua potensi yang dimiliki tersebut, iklim usaha khususnya UKM memiliki potensi dan peluang yang sangat besar untuk dapat tumbuh dan berkembang. Salah satu UKM yang mengalami pertumbuhan ialah UKM Batik Tulis Lasem.

Namun pada kenyataannya UKM tersebut tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Tak heran jika banyak yang hampir gulung tikar dikarenakan berbagai faktor. Menurut Ari Primiana (2009;4) permasalahan yang sering dialami oleh UKM dapat dipengaruhi beberapa faktor yaitu faktor *intern* maupun faktor *ekstern*, salah satunya ialah disebabkan oleh sumber daya manusia yang rendah, lemahnya manajemen in ovasi dalam menciptakan ide-ide produk, lemahnya manajemen, kurang menguasai penggunaan teknologi yang kompetitif, serta kelemahan didalam mengembangkan

jaringan pasar. Karena dalam mengelola usaha kecil dan menengah memerlukan keterampilan manajemen yang berbeda dengan manajemen perusahaan yang sudah begitu kompleks.

Pengusaha Batik Tulis masih menggunakan cara-cara tradisional, namun harus juga dapat mengikuti perkembangan baik manajemen maupun teknologi. Salah satu kelemahan UKM Batik Tulis Lasem yaitu sumber daya manusia yang rendah serta kurangnya pengetahuan mereka mengenai teknologi, maupun manajemen yang dimiliki. Padahal menurut Alvin Tofler dalam (Ina Primiana,2009;134) terdapat 4 perubahan paradigma yang harus diikuti oleh pelaku usaha yaitu diawali dari era pertanian, era industrialisasi, era informasi dan era pengetahuan. Pada era pengetahuan, dimana sebuah usaha mulai menyadari akan pentingnya pengelolaan ilmu pengetahuan yaitu *intellectual capital*.

Pengelolaan *intellectual capital* menjadi landasan bagi usaha untuk dapat meningkatkan kinerja usaha. Karena pengelolaan *intellectual capital* menjadi hal yang utama bagi perkembangan dimasa mendatang (Mertins dan Will,2007). Dalam perubahan ekonomi yang berkarakteristik ekonomi berbasis pengetahuan, sebuah usaha dituntut untuk selalu melakukan pengelolaan ilmu pengetahuan. Pengelolaan *intellectual capital* tersebut dapat memberikan manfaat bagi sebuah usaha baik skala besar maupun kecil, seperti UKM Batik Tulis Lasem dalam menumbuhkan inovasi produk agar dapat meningkatkan Kinerja Penjualan UKM.

Pelaku usaha Batik Tulis dituntut untuk selalu menghadirkan inovasi produk agar konsumen tidak merasa jenuh terhadap produk yang ditawarkan. Sebuah inovasi produk pada UKM sebaiknya digunakan sebagai acuan dalam bisnis, karena hal itu menjadi tuntutan dalam dunia usaha dengan seiring ketatnya persaingan. Pengelolaan *intellectual capital* dan inovasi produk dalam usaha kecil dan menengah akan memberikan manfaat yang nyata bagi kinerja penjualan usaha.

Agar dapat bertahan, tumbuh dalam persaingan yang begitu ketat ditentukan oleh usaha kecil dan menengah dalam pengelolaan *intellectual capital* sehingga menumbuhkan ide-ide kreatif untuk menciptakan sebuah inovasi produk dimana berdampak kepada kinerja penjualan UKM Batik. Sehingga peneliti mengajukan judul **“Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Penjualan melalui Inovasi Produk sebagai variabel Intervening Pada Usaha Kecil dan Menengah Batik Tulis Lasem Kabupaten Rembang”**.

## **Kajian Teori**

### ***Intellectual Capital***

*Intellectual Capital (IC) is knowledge that transforms raw material and makes them more valuable, and company's IC is the sum of its human capital, structural capital, and Relational Capital.* *Intellectual capital (IC)* merupakan pengetahuan yang mengubah bahan mentah atau membuat bahan baku tersebut lebih bernilai. *Intellectual capital* didalam perusahaan terdiri dari *Human Capital*, *Structural capital*, dan *customer capital*. (Tom Stewart dalam Paul L. Tobing, 2007:169).

- *Human Capital*  
*Human capital* digambarkan sebagai kemampuan kolektif perusahaan untuk dapat mengekstrak solusi terbaik dari pengetahuan individu.
- *Struktural Capital*  
*Struktural Capital* didefinisikan sebagai pengetahuan yang akan tetap berada dalam perusahaan.

- *Customer Capital*  
*Customer Capital* didefinisikan sebagai seluruh sumber daya yang dikaitkan dengan hubungan eksternal perusahaan dengan konsumen, Suplier atau partner.

### **Inovasi Produk**

Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau yang berhasil dipasarkan, dan inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Nelly Dkk (Nova Liana,2013:23)

### **Kinerja Penjualan**

Kinerja adalah keberhasilan personil, tim, atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran stratejik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan.( Mulyadi 2001:337). Kemampuan dan UKM dalam memafaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mewujudkan atau mencapai target penjualan. Para peneliti menganjurkan kriteria-kriteria kinerja penjualan seperti pertumbuhan penjualan (*sales growth*), pertumbuhan tenaga kerja (*employment growth*), pertumbuhan pendapatan (*income growth*) dan pertumbuhan pangsa pasar (*market share growth*) sebagai pengukuran kinerja perusahaan kecil yang paling penting (Kim dan Choi, 1994; Lee dan Miller, 1996; luo, 1999; Miles et al 2000; Hadjimanolis, 2000).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan *explanatory research* (penelitian penjabaran) bermaksud menjelaskan pengaruh anata satu variabel dengan variabel lain adalah *intellectual capital* sebagai variabel independen, sedangkan inovasi produk sebagai variabel intervening yang mempengaruhi kinerja penjualan sebagai variabel dependen. Jumlah sampel sebanyak 58 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampling jenuh dengan skala pengukuran *Likert*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Path Analysis menggunakan software SPSS 20.0 dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t dan uji F) dan metode sobel. Menurut Baron dan Kenny dalam Ghazali 2009 suatu variable disebut *variabel intervening* jika variable tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variable predictor ( independen) dan variable kriteria (dependen) dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh sobel (1982) dan dikenal dengan *uji sobel* (sobel test).Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variable independen (X) terhadap variable dependen (Y) *melalui variable intervening Z*. Analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya memengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung, tetapi secara tidak langsung juga (Robert D. Rutherford dalam Sarwono, 2007 : 1).

### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil penelitian ini mencoba menjawab hipotesis yang dirumuskan dengan melakukan uji analisis koefisien korelasi, analisis regresi sederhana dan berhanda,koefisien determinasi, serta Uji t dan Uji F dengan menggunakan alat uji

SPSS versi 20.0. Hasil uji hipotesis yang diajukan diterima (didukung oleh fakta) atau ditolak (tidak didukung oleh fakta) dengan disertai penjelasan empiris dan teoritis. Hasil pengujian pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil pengujian pada penelitian**

No.	Hipotesis	Hasil
1.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Intellectual Capital</i> ( $X_1$ ) terhadap inovasi produk ( $Z$ ).	Hubungan antar variabel atau korelasi sebesar 0,401 masuk dalam rentang korelasi 0,400-0,599 memiliki arti bahwa pengaruh yang diberikan variabel <i>intellectual capital</i> ( $X_1$ ) terhadap variabel Inovasi Produk ( $Z$ ) bernilai sedang dan searah karena nilai yang ditunjukkan positif.. Sedangkan sumbangan pengaruh variabel <i>intellectual capital</i> terhadap variabel inovasi produk ( $Z$ ) dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya sebesar 16,1% dan sisanya sebesar 83,9% disumbang oleh variabel lain. Dari hasil uji regresi diperoleh koefisien regresi $Z = 7,311 + 0,185X_1$ serta t-hitung sebesar 3,279 yang lebih besar dari yang lebih besar daripada t-tabel yakni sebesar 2,0034 dan signifikansi $0,002 < 0,005$ Sehingga $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima
2.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi Produk ( $Z$ ) terhadap Kinerja Penjualan ( $Y$ ).	Hubungan antar variabel atau korelasi sebesar 0,333 masuk dalam rentang korelasi 0,200-0,399 memiliki arti bahwa pengaruh yang diberikan inovasi produk ( $Z$ ) terhadap kinerja penjualan ( $Y$ ) bernilai rendah. Sedangkan sumbangan pengaruh inovasi produk ( $Z$ ) terhadap Kinerja penjualan ( $Y$ ) dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya sebesar 11,1% dan sisanya sebesar 88,9% disumbang oleh variabel lain. Dari hasil uji regresi diperoleh Koefisien $Y = 9,403 + 0,322 Z$ serta t-hitung sebesar 2,644 yang lebih besar dari yang lebih besar daripada t-tabel yakni sebesar 2,0034 dan signifikansi $0,011 < 0,005$ . Sehingga $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima.

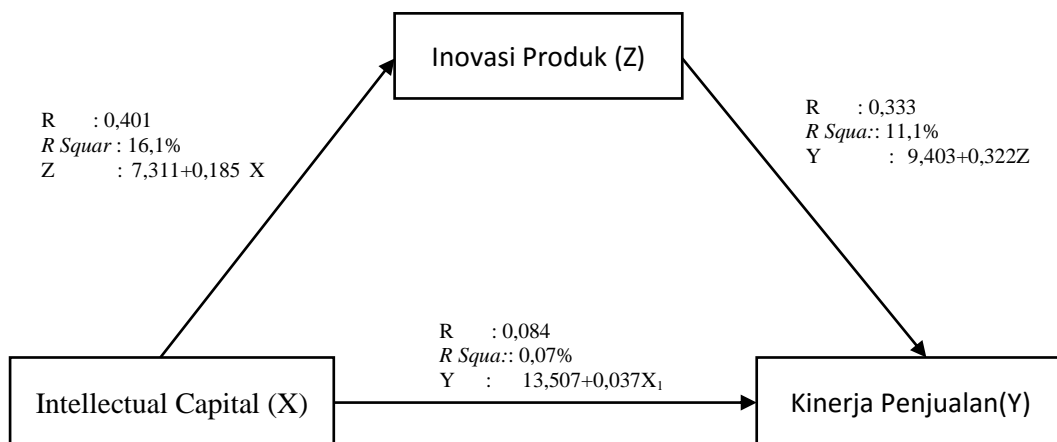
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Intellectual Capital*(X1) terhadap Kinerja Penjualan (Y). Hubungan antar variabel atau korelasi sebesar 0,084 masuk dalam rentang korelasi 0,000-0,199 memiliki arti bahwa pengaruh yang diberikan variabel *intellectual capital* (X<sub>1</sub>) terhadap variabel Kinerja penjualan (Y) bernilai sangat rendah dan searah karena nilai yang ditunjukkan positif. Sedangkan sumbangan pengaruh variabel kompetensi terhadap variabel inovasi produk (Z) dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya sebesar 0,007% atau 0,7 % dan sisanya sebesar 97,3% disumbang oleh variabel lain. Dari hasil uji regresi diperoleh koefisien  $Y = 13.507 + 0,037X_1$  serta t-hitung sebesar 0,628 yang lebih kecil dari daripada t-tabel yakni sebesar 2,0034 dan signifikansi  $0,532 > 0,005$ . Sehingga Ho diterima Ha ditolak.
- 
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Intellectual Capital (X1) terhadap Kinerja Penjualan (Y) melalui Inovasi Produk (Z). Hubungan antar variabel atau korelasi sebesar 0,338 atau 33,8% masuk dalam rentang korelasi 0,200-0,399 memiliki arti bahwa pengaruh yang diberikan variabel *intellectual capital* (X<sub>1</sub>) terhadap variabel Kinerja penjualan bernilai sangat rendah dan searah karena nilai yang ditunjukkan positif. Pengaruh yang diberikan variabel Intellectual Capital (X<sub>1</sub>) variabel Inovasi Produk (Z) terhadap variabel Kinerja Penjualan bernilai lemah dan searah karena nilai yang ditunjukkan positif. Sedangkan sumbangan pengaruh antar variabel dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya sebesar 11,4% dan sisanya sebesar 88,6% disumbang oleh variabel lain. Sedangkan dari hasil uji sobel dengan *preacher tool* diperoleh t-hitung sebesar 2,03074262 dan t-tabel sebesar 2,0034 yang berarti t-hitung  $(2,03074262) > t\text{-tabel } (2,0034)$  dan signifikansi t-hitung sebesar 0.04228111 < t-tabel 0,05.
-

**Tabel**  
**Hasil Perhitungan Analisis Jalur (Path Analysis)**

	<b>Pengaruh Langsung</b>	<b>Pengaruh Tidak Langsung</b>	<b>Pengaruh Total</b>
X → Z	0,185		
Z → Y	0,345		
X → Y	0,037		
X → Z → Y		0,185x (0,037) = 0,006845	0,037+ 0,006845 = 0,043845

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

**Gambar 1**  
**Diagram Jalur**



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *Intellectual Capital* pada UKM Batik Tulis Lasem berada pada kategorisasi baik dapat diartikan bahwa pemilik UKM peduli terhadap pengelolaan *Intellectual Capital*. Hal ini Pemilik usaha selalu mengikuti pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan serta ketrampilan dan menjaga hubungan yang baik dengan konsumen. Namun masih terdapat yang dibawah rata-rata yaitu pengetahuan dan ketrampilan pemilik mengenai membantik dan mendesain, Informasi pelatihan kepada pengrajin, Mendorong pengerajin untuk mengikuti pelatihan, Pengrajin yang

mengikuti pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan Batik Tulis, Pengerajin Batik Tulis merupakan sumber daya manusia terbaik dalam industri sejenis, Pemilik usaha memenuhi rutinitas pengrajin Batik Tulis, Tempat bekerja mendukung dan nyaman bagi pengrajin. *Intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap Inovasi produk hal ini menandakan apabila semakin baik *intellectual capital* yang dimiliki berpengaruh signifikan dalam peningkatan inovasi produk pada UKM Batik Tulis Lasem. Namun *intellectual capital* tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Kinerja penjualan, Sedangkan pada hasil sobel test, terdapat pengaruh *intervening* inovasi produk dalam hubungan pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja penjualan.

2. Inovasi produk pada UKM Batik Tulis Lasem berada pada kategorisasi sangat baik dapat diartikan bahwa keseluruhan responden sadar akan pentingnya inovasi produk demi keberlangsungan usaha. Mereka beralasan bahwa apabila usaha tidak melakukan inovasi produk seperti motif baru atau warna konsumen akan merasa jenuh sehingga berdampak penjualan yang stagnan bahkan bias menurun. Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan yang berarti semakin inovatif usaha yang dilakukan maka akan semakin meningkatkan pula penjualannya
3. Kinerja penjualan berada pada kategorisasi sedang, dapat diartikan bahwa kinerja penjualan yang dialami seluruh pemilik usaha Batik Tulis Lasem mengalami peningkatan lebih sedikit dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Namun masih terdapat yang kinerja penjualan rendah. Hal ini dikarenakan usaha yang digeluti baru berjalan 3-4 tahun. Adapun pada pengujian hipotesis secara simultan, *Intellectual Capital* dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan yang diperoleh dari hasil penelitian, maka peneliti mencoba memberikan saran atau masukan yang dapat dijadikan bahan referensi bagi perusahaan atau peneliti lain. Beberapa saran yang hendak peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pemilik usaha perlu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam membantik atau mendesain pola hal itu dapat diperoleh melalui keikutsertaannya dalam pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas-dinas terkait atau instansi lain.  
Pemilik usaha juga perlu memberikan kesempatan bagi pengrajin batik untuk mengikuti pelatihan-pelatihan dengan memberikan informasi tersebut dan memotivasi pengrajin agar selalu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mereka dalam membantik. Selain itu juga pemilik usaha juga perlu untuk memberikan rasa nyaman dan mendukung bagi pengrajin di tempat kerja.
2. Pemilik usaha hendaknya mencari informasi mengenai produk atau warna yang akan trend di pada tahun mendatang. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui relasi/mitra usaha, konsumen, pengrajin sendiri atau bahkan melalui internet.
3. Pemilik usaha Batik Tulis harus mulai peduli terhadap pengelolaan *Intellectual capital* pada usahanya karena hal itu dapat menumbuhkan penciptaan ide-ide inovasi baru dalam menghasilkan produk-produk batik baru sehingga dapat meningkatkan penjualan usahanya.



## Daftar Pustaka

- Alfa Arnanda, Bramudya. 2014. Skripsi: Pengaruh Lingkungan bisnis, Perencanaan Strategi, dan Inovasi terhadap kinerja organisasi bisnis daerah (*Studi Kasus Pada BUMD PD BPR Bank Daerah Karanganyar*). Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arifin Mukti, Muh. Jurnal: Pengaruh Strategi inovasi terhadap kinerja operasional industry knalpot di kabupaten purbalingga. Purwokerto. Universitas Jendral Soedirman.
- Astuti,Partiwi Dwi. 2004. Thesis: Hubungan *Intellectual Capital* dan *Business Performance*. Semarang . Universitas Diponegoro.
- Cohen, Sandra. 2013. Jurnal : “Intellectual Capital, Strategy and Financial crisis from a SME s Perspective”. Athens. Athens University.
- Dhewanto dkk, Wawan. 2015. *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Pariwisata Kabupaten Rembang.
- Dwiputri Sutanto,Felicia. Skripsi: *Pengaruh Karakteristik Organisasi bisnis terhadap tingkat pengungkapan informasi intellectual capital didalam laporan tahunan (Studi pada industry manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2009*. Salatiga. Universitas Satya Wacana.
- Edy Sudrajad, Muh. 2012. Skripsi: Pengukuran Kinerja Organisasi bisnis PT. Hadji Kalla dengan menggunakan analisis economic value added.Makassar. Universitas Hasanudin
- Hendro.2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Indriastuti,Maya. 2012. Skripsi: *Peningkatan kinerja UKM dengan Pengelolaan Intellectual Capital dan Inovasi*. Semarang. Universitas Islam Sultan Agung.
- Kuryanto, Benny. Jurnal :*Pengaruh modal Intellectual capital terhadap kinerja organisasi bisnis*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Kusumowati,Minanti. 2013. Skripsi:*Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Organisasi bisnis (Studi kasus pada organisasi bisnis manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2008-2012)*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Marinez-Roman,Juan A.Tamayo, Juan A. Javier Gamero, Romero, Jose E. (2015). Jurnal penelitian “ Innovativeness and Business performance in tourism SMEe”.
- Moehersono.2012.*Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi edisi Revisi*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Nawawi,Ismail. 2012. *Manjemen Pengetahuan (Knowledge Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prabowo, Thahjo. 2006. “*Pengembangan Industri Batik di Lasem sebagai uapaya revitalisasi seni rupa tradisional dan peningkatan ketahanan budaya berbasis pariwisata*”.Solo. LPPM Universitas Negeri Solo.
- Rodhiyah. 2015. ”*Studi Tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Konveksi di Kota Semarang*”. Semarang. Universitas Diponegoro.

- Samir,Alfin. 2011. Tesis: Identifikasi FAKtor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM *Catering*di Kota Bandung. Bandung. Institut Teknologi Bandung.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Siyamtinah. 2011. “ Model Peningkatan Kinerja Melalui Kapabilitas Inovasi Pada UKM Di Semarang ”. Semarang. Universitas Sultan Agung Semarang.
- Soleh Mohamad. 2008. Tesis: Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan ( Studi Kasus : UKM Manufaktur di Kota Semarang ). Semarang. Universitas Diponegoro.
- Supeno,Hadi.Sudharma Made Jurnal :The Effects of Intellectual Capital , Strategic Flexibility, and Corporate Culture on Company Performance : A Study on Small and Micro –Scaled Enterprises (SMEs) In Gerbangkertosusilo Region, East Java. Universitas Brawijaya. Universitas Airlangga.
- Suryana, Yuyus & Bayu, Kartib.2011.*Kewirausahaan :Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Jakarta : Kencana.
- Tewal,Bernhard. Jurnal: *Pengaruh Strategi Bersaing dan Inovasi terhadap kinerja organisasi bisnis perhotelan di Sulawesi utara*. Manado. Universitas Sam Ratulangi.
- Tobing, Paul L. 2007. *Knowledge Management Konsep, Arsitektur dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Zulmiati,Rizqi. 2012. Skripsi: Pengaruh Intellectual Capital terhadap kinerja organisasi bisnis(*Studi pada Organisasi bisnis Consumer Good Industry yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2010*). Semarang. Universitas Diponegoro.
- Khalique.Muhammad. 2015: Intellectual capital in small and medium enterprise in Pakistan. University Malaysia Sarawak.
- Matthew,Reisz. 2012. Jurnal: Intellectual Capital. Kings College-London England; NAICS: 611310
- Wang, Zhining; Wang, Nianxin; Liang, Huigang. 2014. Jurnal: Knowledge sharing, intellectual capital and firm performance. Emerald Group Publishing, Limited

---

<sup>1</sup>Arga Dristianto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>2</sup>Rodhiyah, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro