

**PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA
PENJUALAN PADAUKM BATIK DI KOTA SEMARANG**

Marskal Riski Hermawan¹, Hari Sutanta Nugraha², Widiartanto³

Email: riskimarskal@gmail.com

ABSTRACT

Although Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) are one of the most important parts of Indonesia's economy, their development faces many challenges. Low capacity of human resources and their knowledge in the field of technology or management are few examples of their challenges. Currently, the knowledge is the main asset in entrepreneurship. The objective of the study is to understand the influence between Intellectual Capital and the performance of MSME in the field of Batik in Semarang, Indonesia. The study uses explanatory research with a sample of 30 entrepreneurs in the field of batik in Semarang. The sampling technique used is purposive Sampling. In this study, Intellectual Capital is classified into three categories; Human Capital, Structural Capital and Customer Capital. Those categories and the performance of MSME are scored based on the questionnaires distributed to the entrepreneurs. The influence between each category of Intellectual Capital and the performance of MSME, and their individual contribution are also quantified. To the performance of MSME, the Human capital has influence (2,771) and contribution (21,5%), the Structural capital has influence (2,518) and contribution (16,8 %), and the Customer Capital has influence (2,381) and low contribution (16,8%). The degree of freedom of those three categories when tested simultaneously is 2,97. This value shows a positive correlation between those three categories and the performance of batik MSME in Semarang. The conclusion of the study is that there is a positive correlation between Intellectual Capital and the performance of batik MSME in Semarang. The entrepreneurs in the field of batik need to strengthen the motivation of their batik craftsmen to follow training courses so that they can compete against the other batik craftsmen outside Semarang. The quality of the craftsmen can be improved by giving them information about training courses and motivation so they gradually increase their knowledge and skills in batik production.

Keywords : Intellectual Capital, Human Capital, Structural Capital, Customer Capital, Performance of MSME.

ABSTRAK

Walaupun Kehadiran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting bagi perekonomian Indonesia, perkembangan UKM masih banyak mengalami berbagai kendala. Sumber daya manusia yang rendah dan kurangnya pengetahuan mereka di bidang teknologi, maupun manajemen adalah beberapa contoh dari kendala tersebut. Saat ini, pengetahuan menjadi modal utama dalam menjalankan usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja UKM Batik di kota Semarang, Indonesia. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan sampel 30 pemilik usaha batik di Semarang. Teknik sampling yang digunakan **purposive Sampling**. Pada penelitian ini, *Intellectual Capital* diklasifikasikan menjadi tiga kategori; *Human Capital*, *Structural Capital* dan *Customer Capital*. Ketiga kategori tersebut dan kinerja UKM Batik dinilai berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada pemilik usaha. Korelasi dan kontribusi dari ketiga kategori dari *Intellectual Capital* terhadap Kinerja UKM Batik Semarang juga dikuantifikasikan. Terhadap kinerja penjualan, *Human Capital* berpengaruh (2,771) dan berkontribusi (21,5%), *Structural capital* berpengaruh (2,518) dan berkontribusi (16,8 %), dan *Customer Capital* berpengaruh (2,381) dan berkontribusi (16,8%). Derajat kebebasan dari ketiga kategori tersebut bila diujikan bersama-sama adalah 2,97. Angka ini menunjukkan korelasi positif antara ketiga kategori tersebut dan kinerja UKM Batik. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dari *Intellectual Capital* terhadap kinerja UKM batik di kota Semarang. Pemilik usah batik perlu meningkatkan kemauan dari pengrajin batik untuk mengikuti pelatihan agar dapat bersaing dengan pengrajin batik di luar kota Semarang. Kualitas pengrajin batik di kota Semarang dapat ditingkatkan dengan memberikan informasi pelatihan dan memotivasi pengrajin untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam membuat batik.

Kata kunci : *Intellectual Capital, Human Capital, Structural Capital, Customer Capital, Kinerja UMKM*

Marskal Riski Hermawan¹, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Hari Sutanta Nugraha², Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Widiartanto³, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Pendahuluan

Permasalahan bisnis saat ini adalah menghadapi para pesaing yang terus bermunculan, kemunculan pesaing membuat perusahaan harus meningkatkan kinerjanya agar dapat terus bertahan. Kinerja (*performance*) menurut Mahsun (2006:25) merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi yang tertuang dalam *strategic planning* suatu organisasi. Sedangkan definisi kinerja perusahaan merupakan hasil dari serangkaian proses bisnis dengan mengorbankan berbagai sumber daya, baik sumber daya manusia maupun keuangan perusahaan. Meningkatnya kinerja perusahaan ditandai dengan gencarnya kegiatan perusahaan dalam menghasilkan laba sebesar-besarnya. Beda ukuran perusahaan, berbeda pula laba yang dihasilkan. (Moerdiyanto, 2010). Maka dalam mengoptimalkan kinerja perusahaannya, perusahaan harus memaksimalkan aset yang dimiliki.

UKM dianggap usaha yang kuat dan tahan banting dalam menghadapi gejolak perekonomian (Priana.2009:4). Menurut Setiarso (2006) menyatakan bahwa usaha kecil dan menengah mempunyai peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi. UKM merupakan salah satu bagian penting bagi perekonomian Indonesia. 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.

Saat ini UKM Batik yang terdapat di Kota Semarang tidak terlepas dari berbagai permasalahan. Tidak heran jika UKM banyak yang hampir gulung tikar dikarenakan berbagai faktor Menurut 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 inovasi 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 masih menggunakan cara-cara tradisional, namun harus juga dapat mengikuti perkembangan baik dari segi manajemen maupun teknologi. Salah satu kelemahan UKM Batik Semarang yaitu sumber daya manusia yang rendah serta

kurangnya pengetahuan mereka mengenai teknologi, maupun manajemen yang dimiliki. Padahal menurut Tofler dalam (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*.

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 dalam menumbuhkan inovasi produk agar dapat meningkatkan Kinerja Penjualan UKM. Dengan semakin ketatnya persaingan, dan meningkatnya permintaan akan kain Batik, pelaku usaha berusaha selalu dapat memenuhi permintaan pasar dengan ide-ide baru. Pelaku usaha Batik 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. Tidak seperti UKM Batik yang terdapat di Lasem, Pekalongan, Jogja dan Solo, Batik Semarang kurang dikenal dikarenakan kurangnya promosi dan juga Semarang lebih terkenal dengan jenis oleh-oleh lain seperti Bandeng Presto, Lunpia dan lain-lain. Selain itu UKM Batik Semarang kurang melakukan inovasi dan sebagian besar UKM Batik yang terdapat di Semarang tidak sepenuhnya menjual batik khas Semarang melainkan banyak yang dipasok dari Pekalongan dan bukan batik murni dari Semarang.

Oleh karena itu 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 PADA UKM BATIK DI KOTA SEMARANG”**

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***

Menurut Bontis *et al.*, (2000) mempresentasikan *individual knowledge stock* atau suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya. Modal manusia mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki karyawan dalam perusahaan tersebut

- ***Structural capital***

Menurut Starovic dan Marr (2004) didefinisikan kemampuan organisasi bisnis dalam memenuhi rutinitas korporasi tersebut dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja bisnis yang optimal. *Structural capital* ini juga kemampuan *knowledge* dari organisasi ataupun organisasi bisnis berupa teknologi, metodologi, dan proses yang merespon kebutuhan dan tantangan pasar.

- ***Customer Capital***

(*Customer Capital*) adalah pengetahuan yang melekat dalam *Marketing channels* dan *customer relationship* dimana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalannya bisnis (Bontis *et al.*, 2000).

Kinerja Penjualan

Kinerja adalah keberhasilan personil, tim, atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan. (Mulyadi 2001:337). Kemampuan dan UKM dalam memanfaatkan 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 antara satu variabel dengan variabel lain adalah *intellectual capital* sebagai variabel independen, yang mempengaruhi kinerja penjualan sebagai variabel dependen. Jumlah sampel sebanyak 30 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan purposive Sampling dengan skala pengukuran *Likert*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Path Analysis menggunakan software SPSS 23.0 dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t dan uji F). 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 berganda, 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:

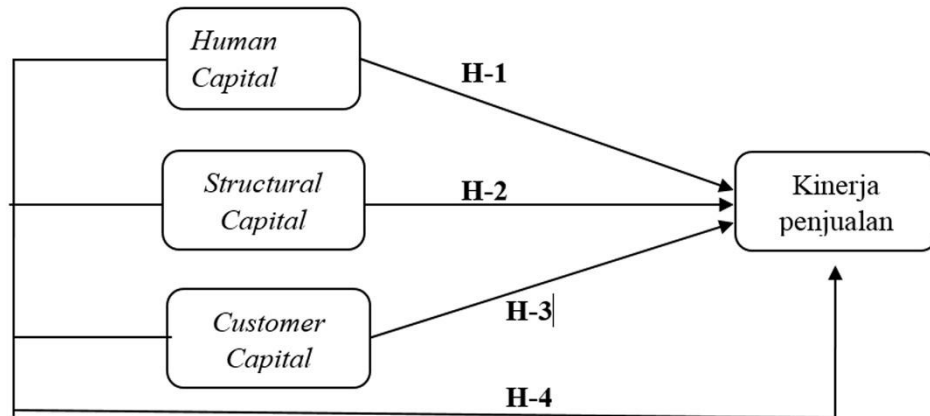
Tabel 1
Hasil pengujian pada penelitian

No.	Hipotesis	Hasil
1.	Diduga variabel <i>Human Capital</i> (X1) berpengaruh terhadap Kinerja UKM Batik Semarang (Y)	Hubungan antar variabel atau korelasi sebesar 0,464 masuk dalam rentang korelasi 0,400-0,599 memiliki arti bahwa pengaruh yang diberikan variabel <i>HumanCapital</i> (X ₁) terhadap variabel Kinerja Penjualan (Y) bernilai sedang dan searah karena nilai yang ditunjukkan positif. Sedangkan sumbangan pengaruh variabel <i>intellectual capital</i> terhadap variabel Kinerja Penjualan (Y) dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya sebesar 21.5% dan sisanya sebesar 78.5% uji regresi diperoleh koefisien regresi $Y = 0,298 + 0,598X$ serta t-hitung sebesar 2,771 yang lebih besar dari yang lebih besar daripada t-tabel yakni sebesar 2.04 dan signifikansi $0,002 < 0,005$ Sehingga Ho ditolak dan Ha diterima
2.	Diduga variabel <i>Structural Capital</i> (X1) berpengaruh terhadap Kinerja UKM Batik Semarang (Y)	Hubungan antar variabel atau korelasi sebesar 0,430 masuk dalam rentang korelasi 0,400-0,599 memiliki arti bahwa pengaruh yang diberikan variabel <i>Structural Capital</i> (X ₂) terhadap variabel Kinerja Penjualan (Y) bernilai sedang. Sedangkan sumbangan pengaruh <i>Structural Capital</i> (X ₂) terhadap variabel Kinerja Penjualan (Y) dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya sebesar 18.5% dan sisanya sebesar 81,5% disumbang oleh variabel lain. Dari hasil uji regresi diperoleh $Y = 2,648 + 0,302X$ serta t-hitung sebesar 2,518 yang lebih besar dari yang lebih besar daripada t-tabel yakni sebesar 2,04 dan signifikansi $0,011 < 0,005$. Sehingga Ho ditolak dan Ha diterima.
3.	Diduga variabel <i>Customer Capital</i> (X3) berpengaruh terhadap Kinerja UKM Batik Semarang (Y)	Hubungan antar variabel atau korelasi sebesar 0,410 masuk dalam rentang korelasi 0,400-0,599 memiliki arti bahwa pengaruh yang diberikan variabel <i>Customer Capital</i> (X ₂) terhadap variabel Kinerja Penjualan (Y) bernilai sedang. Sedangkan sumbangan pengaruh variabel kompetensi terhadap variabel Kinerja Penjualan (Y)

dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya sebesar 16,8% dan sisanya sebesar 83,2% disumbang oleh variabel lain. Dari hasil uji regresi diperoleh koefisien $Y = 5,269 + 0,277X$ serta t-hitung sebesar 2,381 yang lebih besar dari daripada t-tabel yakni sebesar 2.04 dan signifikansi $0,532 > 0,005$. Sehingga H_0 diterima H_a ditolak.

-
4. Diduga variabel *Human Capital*, *Structural Capital* dan *Customer Capital* berpengaruh terhadap Kinerja UKM Batik Semarang. koefisien regresi dari variabel *human capital* (X1) adalah sebesar 0,112, *structural capital* (X2) sebesar 0,160 dan *customer capital* (X3) adalah sebesar 0,142 dan *constant* adalah sebesar 1,514 dari hasil uji regresi diperoleh koefisien $Y = 1,514 + 0,112X_1 + 0,160X_2 + 0,142X_3$
- Nilai *constant* sebelum ada variabel *human capital* (X1), *structural capital* (X2) dan *customer capital* (X3) adalah sebesar 1,541 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai variabel *human capital* (X1), *structural capital* (X2) dan *customer capital* (X3) maka nilai partisipasinya adalah negatif yaitu 1,541
- Koefisien regresi variabel *human capital* (X1) adalah sebesar 0,112, *structural capital* (X2) adalah sebesar 0,160 dan *customer capital* (X3) adalah sebesar 0,142. serta F-hitung sebesar 3,241 yang lebih besar dari yang lebih besar daripada t-tabel yakni sebesar 2,97 dan signifikansi $0,011 < 0,005$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
-

Gambar 1
Diagram Jalur



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2017

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian

yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *human capital* pada UKM batik di kota Semarang. berada pada kategorisasi baik dapat diartikan bahwa pemilik UKM peduli terhadap pengelolaan *human capital*. pengetahuan dalam mendesain untuk pemilik usaha, kreatifitas pemilik dalam mendesign tersebut dapat menumbuhkan motif-motif baru sehingga konsumen tidak jenuh dengan motifnya, pemilik usaha memiliki pengetahuan dalam proses membatik, pelatihan atau *training* untuk pemilik usaha, dan tenaga kerja merasa puas dengan unit usaha (UKM batik di kota Semarang) Item pertanyaan dengan nilai rata-rata tertinggi diatas nilai rata-rata skor variabel adalah pemilik usaha batik memiliki pengetahuan untuk dapat mendesain motif batik. Namun masih terdapat yang dibawah rata-rata yaitu keterampilan pemilik usaha dalam membatik batik, hal ini disebabkan ada beberapa pengrajin batik yang hanya mengetahui namun kurang terampil karena mereka merupakan pengusaha baru di bidang batik. Pemilik usaha bersedia untuk mengikuti pelatihan hal ini disebabkan pemilik usaha juga bekerja, sehingga terkadang mereka tidak dapat mengikuti pelatihan. Keterampilan pemilik usaha dalam menjalankan usaha melalui pelatihan, hal ini disebabkan pemilik usaha menganggap konten pelatihan yang di lakukan kurang begitu penting, Memberikan informasi pelatihan kepada pengrajin batik ($X_{1,8}$) hal ini disebabkan ada beberapa UKM batik di kota Semarang tidak selalu memproduksi sendiri produknya tetapi membayar pekerja borongan dalam menyanting ataupun mewarnai batik yang telah di design, pengrajin batik merupakan sumber daya manusia bernilai penting, pengrajin batik bekerja dengan kemampuan terbaik. hal dikarenakan beberapa penjual tidak mempekerjakan orang secara tetap atau hanya pegawai produksi lepas, mereka memesan kepada pengrajin lalu menjual setelah pengrajin menyelesaikan pesannya. Dan pengelolaan tenaga kerja mempengaruhi peningkatan penjualan hal ini dikarenakan ada beberapa responden yang merasa bahwa peningkatan penjualan tidak dipengaruhi oleh pengelolaan dari kemampuan tenaga kerja yang dimiliki, mereka merasa bahwa penjualan yang dihasilkan bukan karena kemampuan pekerja, tapi berdasarkan keberuntungan dan

motif bagus yang berasal dari sang pemilik, sehingga karyawan hanya mampu mengimplementasikan apa yang menjadi ide dari si pemilik.

Human capital berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan hal ini menandakan apabila semakin baik *human capital* yang dimiliki maka akan berpengaruh signifikan dalam peningkatan kinerja pada UKM batik di kota Semarang.

2. Variabel *structural capital* tergolong cukup baik, dapat diartikan bahwa pemilik UKM peduli terhadap pengelolaan *structural capital*. Seperti pemilik usaha mendukung, ide-ide dalam inovasi produk, pemilik usaha mengembangkan, ide-ide dalam inovasi produk, unit usaha kami sudah memiliki kepemimpinan yang baik, pemilik usaha menerapkan ide-ide dalam inovasi produk, unit usaha kami lebih efisien daripada pesaing seperti biaya dll. namun masih terdapat yang dibawah rata-rata yaitu terdapat konflik berkepentingan antar pekerja yang bersifat merugikan perusahaan hal ini dikarenakan pemilik usaha berpendapat bahwa terdapat karyawan yang setelah mengetahui cara membuat dan supplyernya mereka berusaha membuat usaha sendiri, pekerja punya rasa memiliki terhadap unit usaha hal ini disebabkan beberapa unit usaha memperkejakan pengrajin batik hanya sebatas pekerja lepas, suasana tempat bekerja mendukung untuk pengrajin batik, hal ini dikarenakan oleh karyawan yang bekerja hanya bekerja di tempat seadanya, suasana tempat bekerja nyaman untuk pengrajin batik, hal ini disebabkan beberapa unit usaha memperkejakan pengrajin batik hanya sebatas pekerja lepas sehingga unit usaha kurang memberi fasilitas bagi pengrajin, dan adanya akses info produk batik, hal ini dikarenakan beberapa unit usaha masih belum paham akan iklan melalui media internet.

Structural capital berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan hal ini menandakan apabila semakin baik *structural capital* yang dimiliki berpengaruh signifikan dalam peningkatan kinerja pada UKM batik di kota Semarang.

3. Pada variabel *customer capital* tergolong cukup baik dapat diartikan bahwa pemilik UKM peduli terhadap pengelolaan *customer capital*. seperti kepuasan konsumen terhadap produk batik, mewujudkan keinginan konsumen, memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, melakukan inovasi produk untuk memenuhi keinginan konsumen, inovasi produk untuk memenuhi pasar, namun hal itu semua masih terdapat beberapa yang dibawah nilai rata-rata yaitu mewujudkan kebutuhan konsumen, hal ini dikarenakan responden yang tidak setuju hal ini karena mereka beralasan batik yang mereka jual tidak hanya sebuah kain, tapi mereka menjual warisan budaya sehingga mereka menjual dengan harga yang cukup tinggi, memiliki hubungan baik dengan pemasok, hal ini karena mereka berpendapat bahwa masih kurangnya pemasok bahan baku di pembuatan batik di Semarang sehingga harga yang ditawarkan masih mahal, sehingga mereka mencari pemasok dari luar kota Semarang., kuantitas laba dapat diandalkan dalam mencapai laba, hal ini karena terdapat beberapa unit usaha berpendapat bahwa mereka tidak hanya menjual kain namun juga menjual warisan budaya sehingga mereka mengutamakan kualitas yang berdampak harga yang tinggi.
4. Kinerja Penjualan berada pada kategorisasi sedang, dapat diartikan bahwa kinerja penjualan yang dialami seluruh pemilik usaha Batik di kota Semarang 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, *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan. Berdasarkan kesimpulan 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 penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pemilik usaha harus meningkatkan keterampilan dalam membatik dengan cara ikut serta dalam pelatihan atau melakukan study banding dengan unit usaha batik lain di luar kota Semarang sehingga tidak hanya pengrajin yang mengerti cara dan seluk beluk dalam batik, hal ini akan mengurangi resiko pemilik batik di curangi oleh pihak lain.
2. Pemilik usaha perlu meningkatkan kemauan untuk mengikuti pelatihan agar dapat bersaing dengan batik-batik di luar kota Semarang, Memberikan informasi pelatihan agar dapat meningkatkan kualitas batik di kota Semarang.
3. 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 membatik. Selain itu juga pemilik usaha juga perlu untuk memberikan rasa nyaman dan mendukung bagi pengrajin di tempat kerja dengan cara menambah fasilitas untuk pengrajin batik.
4. Pemilik usaha juga perlu meningkatkan hubungan baik dengan supplyernya dengan cara jadilah konsumen yang baik untuk supplier anda seperti melakukan pembayaran tepat waktu, tetap menjaga komunikasi.
5. Pemilik usaha memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen sehingga konsumen merasa nyaman sehingga pembeli mau melakukan pembelian ulang.
6. Pemilik usaha Batik 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

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik”*. Jakarta : Rineka Cipta
- Astuti,Partiwi Dwi. 2004. Thesis: Hubungan *Intellectual Capital* dan *Business Performance*. Semarang . Universitas Diponegoro.
- Bontis, Nick 1998. Intellectual Capital: An Exploratory Study that develops Measures and Models. *Management Decison* 36 (2): 63-76.
- Bontis, N Wiliam Chua Cshong Keow dan Stanley Richardson. 2000. “Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries.” *Journal of Intellectual Capital*. Vol 1, No 1,
- Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Pariwisata Kota Semarang.
<https://jatengprov.go.id/sejarah/kota-semarang>
<http://satpolpp.semarangkota.go.id/2013/02/letak-geografis-semarang/>
<http://www.batiksemarang.com/2016/04/kampung-batik-pusat-batik-semarangan.html>
<https://semarangkota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/4>
- Kaplan, Robert, S., & Norton, David,P. (1996) : *“The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action”*, Massachusetts,Harvard Business School Press

- Kuryanto, Benny. Jurnal :*Pengaruh modal Intellectual capital terhadap kinerja organisasi bisnis*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Mahsun, Mohamad. 2006. "Pengukuran Kinerja Sektor Publik". BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Moehariono. 2012."Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi edisi Revisi". Depok: Raja Grafindo Persada.
- Roos, Johan., Gordan Roos, Nicola C. Dragonetti, and Lif Edvisson (1997) *Intellectual Capital Navigating The New Business Landscape*, London; Mac Willian Press Ltd.
- Setiarso Bambang (2006), Teori, Pengembangan dan Model "Organizational Knowlage Management System (OKMS)", IlmuKomputer.com
- Prawirosentono, Suyadi (1997). Kebijakan Kinerja Karyawan. Yogyakarta: BPFE.
- Stewart, T A. 1997. "Intellectual Capital: The New Wealth of Organization." New York: Doubleday.
- Sawarjuono, Tjiptohadi dan Agustine Prihatin Kadir. 2003. "Intellectual Capital: Perlakuan, pengukuran dan pelaporan (sebuah library research)." Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Volume 5 no 1, 31-51
- Starcovic, D and Marr, B. 2004. " *Understand Corporate Value: managing and Reporting Intellectual Capital*". Chartered Institute of Management Accountants.
- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan ke-15*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Marskal Riski Hermawan¹, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Hari Sutanta Nugraha², Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Widiartanto³, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.