

STRATEGI MODAL INTELEKTUAL UNTUK MENCAPAI KINERJA BISNIS YANG UNGGUL: PENGAMATAN UKM DI KOTA SURABAYA

Didit Darmawan
Universitas Sunan Giri Surabaya
dr.diditdarmawan@gmail.com

Abstrak Studi ini bertujuan untuk mengetahui peran modal intelektual untuk membentuk kinerja bisnis UMKM di Kota Surabaya. Faktor-faktor seperti human capital, customer capital, dan structural capital diidentifikasi sebagai komponen utama modal intelektual yang memengaruhi kinerja bisnis UMKM. Metode studi yang digunakan adalah kuantitatif dengan fokus pada bisnis kuliner. Hasil analisis data menunjukkan bahwa ketiga dimensi modal intelektual memiliki dampak positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kinerja bisnis UMKM. Hal ini memberikan implikasi penting untuk pengelolaan modal intelektual guna meningkatkan daya saing, inovasi, dan keberlanjutan bisnis UMKM di tengah tantangan ekonomi yang kompleks.

Kata Kunci: modal intelektual, kinerja bisnis, UMKM, Human Capital, Customer Capital, Structural Capital, transformasi bisnis, keunggulan kompetitif.

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan signifikan di perekonomian Indonesia, dan berkontribusi pada pendapatan di setiap daerah. UMKM berfungsi sebagai penyalur kreativitas, dan membantu meningkatkan kualitas mutu individu yang bekerja, membuat mereka mampu bersaing dan bertahan di dunia bisnis yang kompetitif (Ebitu *et al.*, 2016). Surabaya sebagai kota metropolitan di Jawa Timur menjadi fokus pemerintah kota untuk mengembangkan perekonomian dan memegang peran sentral di pembangunan ekonomi regional. Pemerintah kota berkomitmen untuk menjadikan Surabaya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi yang dinamis dan berkelanjutan. Fokus pemerintah kota terletak pada pengembangan berbagai sektor ekonomi yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat, industri, dan sektor usaha.

Dengan infrastruktur perkotaan yang berkembang pesat, Kota Surabaya menjadi daya tarik bagi investasi dan pengembangan bisnis. Langkah-langkah strategis telah diambil untuk menciptakan lingkungan usaha yang kondusif, menarik investor, dan mendukung inovasi di berbagai bidang. Program pembangunan ekonomi termasuk inisiatif untuk mendukung sektor UMKM, industri kreatif, pariwisata, dan sektor-sektor lain yang memiliki potensi pertumbuhan signifikan. Melalui upaya-upaya ini, Surabaya berusaha memperkuat posisinya sebagai kota metropolitan yang maju secara ekonomi dan memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakatnya. Kemitraan antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat menjadi kunci untuk mencapai visi ini, menciptakan sinergi yang membawa dampak positif di pengembangan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup warga Kota Surabaya.

Meskipun pemerintah memberikan dukungan melalui berbagai program seperti pembinaan, akses pemberian modal, bimbingan teknologi, pelatihan keterampilan, dan promosi, tidak semua pelaku usaha UMKM mendapatkan pembinaan dan pembekalan tersebut secara menyeluruh (Mardianingsih & Arifin, 2021; Sinambela *et al.*, 2022). Beberapa hambatan yang dihadapi oleh UMKM di Kota Surabaya termasuk kekurangan pekerja yang memiliki kompeten, minimnya kemampuan teknologi untuk mempromosikan produk, dan penurunan daya beli pelanggan karena kompetisi produk asing.

Berbagai hambatan ini dapat memengaruhi performa bisnis UMKM, termasuk penurunan kemampuan mengelola bisnis secara efektif (Mardianingsih *et al.*, 2022). Untuk itu, pengukuran kinerja bisnis menjadi penting untuk mengevaluasi sejauh mana kemampuan perusahaan untuk mengelola bisnisnya (Nely, 1999). Evaluasi ini dapat membantu mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan memberikan dasar untuk pengembangan strategi yang lebih baik untuk mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh UMKM di Kota Surabaya.

Keberhasilan untuk mencapai tujuan bisnis dan menghadapi persaingan merupakan refleksi dari kinerja bisnis yang dapat diukur dan dievaluasi secara berkesinambungan (Milgate, 2004). Evaluasi kinerja bisnis memiliki peran penting sebagai landasan untuk pengambilan keputusan oleh pihak internal maupun eksternal UMKM (Putra & Darmawan, 2022). Kinerja bisnis mencakup sejauh mana suatu UMKM berhasil tercapainya tujuan serta sasaran yang telah ditetapkan, dengan mempertimbangkan berbagai aktivitas yang dilakukan di seluruh organisasi (Ates *et al.*, 2013). Pengukuran kinerja bisnis melibatkan berbagai indikator, termasuk kinerja keuangan, kinerja operasional, dan kinerja pemasaran (Gerschewski & Xiao, 2015). Kinerja keuangan mencakup aspek-aspek seperti profitabilitas, likuiditas, dan pertumbuhan pendapatan. Kinerja operasional mencerminkan seberapa efektif dan efisien UMKM untuk menjalankan proses bisnis inti mereka. Sementara kinerja pemasaran mengevaluasi sejauh mana UMKM berhasil memasarkan produk atau layanan mereka di pasar (Caldera *et al.*, 2019; Ernawati *et al.*, 2022).

Kinerja bisnis yang baik menandakan bahwa UMKM mampu menjalankan operasinya dengan efektif dan efisien, menghasilkan keuntungan yang memadai serta memiliki daya saing yang kuat di pasar (Lucato *et al.*, 2017). Evaluasi ini bermanfaat untuk manajemen internal untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, dan memberikan gambaran kepada pihak eksternal seperti investor, pelanggan, dan mitra bisnis mengenai kesehatan dan potensi pertumbuhan UMKM. Dengan demikian, pengukuran kinerja bisnis menjadi suatu alat strategis yang diperlukan untuk merancang langkah-langkah perbaikan dan pengembangan yang relevan sesuai dengan visi dan misi UMKM (Sousa & Aspinwall, 2010).

Di era bisnis yang terus berubah, mempertahankan kelangsungan UMKM menjadi tantangan yang semakin kompleks. Setiap UMKM perlu melakukan transformasi cepat dari paradigma bisnis yang semula berdasarkan pada tenaga kerja menuju bisnis berbasis pengetahuan (Arifin *et al.*, 2022; Infante, 2022; Putra, 2022). Pergeseran ini mencerminkan evolusi terhadap pengelolaan sumber daya dan aset. Selama ini aset berwujud (tangible asset) seperti bangunan fisik dan mesin yang dahulu dianggap kunci terhadap ekonomi, kini mulai bergeser pada kekuatan pengetahuan (Kabir, 2019; Djazilan, 2022).

Seiring perkembangan teknologi dan globalisasi, UMKM modern menemui bahwa ilmu pengetahuan menjadi faktor kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif (Selase Asamoah, 2014; Darmawan *et al.*, 2023). Aset intelektual, seperti keahlian pekerja, inovasi, dan informasi, menjadi aspek penting untuk membentuk nilai tambah UMKM (González-Loureiro & Dorrego, 2012). Transformasi ke bisnis berbasis pengetahuan memungkinkan UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan pasar, lebih inovatif pada produk dan layanan, serta lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis (Mircevska, 2015). Perubahan ini adalah manifestasi dari pergeseran paradigma ekonomi, di mana pengetahuan menjadi sumber kekuatan utama untuk mencapai keberhasilan bisnis (Mardikaningsih *et al.*, 2018; Munir *et al.*, 2022). UMKM perlu menggali, mengelola, dan memanfaatkan pengetahuan secara efektif sebagai strategi inti. Keberhasilan bisnis modern tergantung pada aset fisik, dan pada bagaimana UMKM mampu mengoptimalkan dan mengintegrasikan pengetahuan di setiap aspek operasionalnya (Wickramasinghe & Sharma, 2005).

Laasonen (2023) berpendapat bahwa transformasi menuju bisnis berbasis pengetahuan menjadi keharusan untuk mempertahankan kelangsungan bisnis, dan untuk memposisikan UMKM di garis depan untuk menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang. UMKM yang mampu mengikuti tren ini dan mengelola pengetahuan dengan bijak akan memiliki landasan yang kuat untuk berinovasi, bersaing, dan berkembang di ekosistem bisnis yang semakin kompleks (Darmawan *et al.*, 2022).

SDM (Sumber daya manusia), pengetahuan serta teknologi menjadi sumber yang berpotensi terhadap UMKM modern untuk mendapatkan keunggulan bersaing yang tidak dapat diperoleh dan ditiru oleh pesaingnya serta mendorong perkembangan dan kesuksesan bisnis di kemudian hari (Eniola & Ektebang, 2014). Semakin banyak UMKM yang mulai memperhatikan kontribusi dari knowledge assets (aset pengetahuan). Ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang pesat akan membantu UMKM di penggunaan sumber daya lainnya secara efisien dan ekonomis yang nantinya akan memberikan keunggulan bersaing. Salah satu pendekatan yang digunakan di penilaian dan pengukuran knowledge assets (aset pengetahuan) adalah modal intelektual (intellectual capital) yang telah menjadi fokus perhatian di berbagai bidang manajemen (Petty & Guthrie, 2000). Modal intelektual telah terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Tan *et al.*, 2007; Chen *et al.*, 2005; Firrer & William, 2003).

Dengan mempertimbangkan peran penting UMKM bagi pertumbuhan ekonomi di wilayah regional dan nasional diperlukan pengamatan peran modal intelektual terhadap pencapaian kinerja UMKM yang unggul. Tujuan studi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal intelektual terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Surabaya. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengetahuan dan teknologi dapat menjadi pendorong pertumbuhan, studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bernilai untuk meningkatkan daya saing UMKM dan mengoptimalkan peran mereka untuk meningkatkan potensi dan perekonomian kota dan wilayah.

Tinjauan Pustaka

Modal intelektual merujuk pada aset tidak berwujud berupa pengetahuan yang menghasilkan nilai tambah bagi produk dan berkontribusi terhadap inovasi dan kreativitas sumber daya dari organisasi (Retnowati *et al.*, 2023). Pengelolaan efektif terhadap modal intelektual perusahaan berpotensi untuk menciptakan keunggulan bersaing, sekaligus memberikan informasi yang relevan terkait dengan sejauh mana perusahaan mampu mengembangkan pengetahuan yang dimilikinya. Konsep modal intelektual melibatkan faktor-faktor seperti kecerdasan individu, prosedur organisasi, dan interaksi pasar, yang masing-masing direpresentasikan oleh human capital, structural capital, dan customer capital (Bontis, 1998; Khayru *et al.*, 2021). Modal intelektual menjadi landasan yang penting untuk merinci dan mengukur potensi serta kapabilitas perusahaan untuk mengelola pengetahuan, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap daya saing dan inovasi di pasar.

Human capital merupakan elemen penting yang ada di setiap bisnis, mengingat adanya potensi pemberdayaan pengetahuan, pengalaman, dan kompetensi yang terkandung di setiap individu yang terlibat di

kegiatan organisasi (Jamaluddin *et al.*, 2013; Kiley *et al.*, 2015). Human capital, sebagai sumber daya kunci, berperan penting untuk meningkatkan nilai tambah di proses bisnis, dengan mencakup aspek-aspek seperti pemberdayaan pengetahuan, pengalaman, kompetensi, dan perilaku (Khalique *et al.*, 2011). Pentingnya peran human capital dapat dilihat dari kontribusinya untuk menyuplai inovasi dan strategi pembaruan yang asalnya dari masing-masing individu di organisasi (Jahroni, 2022; Putra *et al.*, 2022). Pada penjelasan Nasih (2011), human capital dianggap sebagai sumber daya kritis yang dimiliki oleh setiap personil, karena kemampuannya untuk mengolah sumber daya agar terciptanya nilai dan keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu, pemahaman dan pengelolaan yang efektif terhadap human capital menjadi esensial untuk merangsang pertumbuhan, inovasi, dan keunggulan kompetitif perusahaan.

Customer capital berasal dari pengetahuan yang terkait dengan hubungan antara pelanggan dan elemen-elemen seperti tingkat penjualan, pencapaian kepuasan dan loyalitas pelanggan dan reputasi, seperti yang dinyatakan oleh Khalique *et al.* (2018). Hubungan ini terwujud pada sejauh mana para pelanggan mempertahankan loyalitas dan tingkat kepuasan terhadap layanan atau produk yang diberikan oleh suatu perusahaan, yang kemudian menjadi dasar untuk menilai nilai merek perusahaan. Penilaian tersebut memengaruhi persepsi pelanggan, dan membuka jaringan yang lebih luas dan mengarah pada reputasi perusahaan. Customer capital dapat dipandang sebagai suatu jaringan hubungan atau asosiasi yang dimiliki oleh perusahaan dengan mitra-mitra utamanya, seperti halnya pemasok, pelanggan, pemerintah, dan bahkan masyarakat sekitar. Keterkaitan ini menciptakan suatu ekosistem hubungan yang saling mendukung, di mana reputasi perusahaan diukur oleh tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang selanjutnya memengaruhi relasi dengan pemasok, pemerintah, dan asosiasi industri lainnya. Oleh karena itu, Customer Capital mencakup relasi pelanggan, dan menciptakan dampak yang signifikan untuk membangun reputasi dan koneksi yang positif dengan berbagai pihak terkait di ekosistem bisnis perusahaan.

Tingginya structural capital yang dimiliki perusahaan menunjukkan adanya budaya yang mendorong individu di dalamnya untuk senantiasa mencoba dan belajar ketika menghadapi kegagalan, sebagaimana dijelaskan oleh Bontis (1998). Keberadaan structural capital menjadi krusial, karena tanpanya, perusahaan hanya akan mengandalkan human capital, dan kegagalan pada tingkat individu dapat berdampak signifikan pada keseluruhan keberhasilan perusahaan (Sinambela *et al.*, 2022). Komponen modal struktural melibatkan berbagai elemen pengetahuan non-manusia, seperti basis data, kerangka organisasi, prosedur manual, strategi, rutinitas, dan unsur lain yang secara bersama-sama meningkatkan nilai perusahaan di luar nilai materilnya. Meskipun individu mungkin memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, akan tetapi ketiadaan structural capital dapat menghambat optimalisasi kinerja modal intelektual dan membatasi potensi yang dapat dimanfaatkan. Untuk itu, pentingnya structural capital terletak pada perannya yang mendukung komponen-komponen modal intelektual lainnya, memungkinkan terciptanya nilai dan kinerja perusahaan secara optimal. Structural capital menjadi fondasi yang diperlukan untuk memaksimalkan hasil dari modal intelektual dan memanfaatkan potensi yang dimiliki perusahaan.

Kinerja bisnis, sebagai capaian prestasi yang vital bagi kelangsungan perusahaan, menjadi kunci utama untuk menjaga daya tahan suatu entitas di era global (Hariani, 2022). Kinerja bisnis yang optimal harus bersumber dari kontribusi menyeluruh dari sumber daya manusia, di mana peran sentralnya dipegang oleh individu-individu yang kompeten dan berdedikasi (Munir *et al.*, 2022). Tim SDM yang unggul, seperti yang dijelaskan oleh Mardikaningsih dan Darmawan (2022), menemukan posisi kunci untuk tercapainya keunggulan bersaing. SDM yang memiliki keterampilan, pengetahuan, dan komitmen akan mampu menghasilkan inovasi, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan pelayanan unggul kepada pelanggan (Arifin *et al.*, 2022; Wulandari *et al.*, 2022). Selain itu, mereka juga berperan yang signifikan untuk membentuk dan memelihara budaya perusahaan yang sejalan dengan visi dan tujuan jangka panjang. Di era di mana peran manusia semakin menonjol untuk tercapainya keunggulan kompetitif, perusahaan yang dapat mengelola dan memanfaatkan sumber daya manusia secara efektif akan memiliki keunggulan yang sulit untuk diungguli di pasar (Putra, 2022).

Metode Penelitian

Studi kuantitatif ini menggunakan lebih utama pada data primer. Populasi studi yaitu UMKM di Kabupaten Surabaya dan sampel yang dipilih adalah usaha mikro di bidang kuliner berupa rumah makan, warung, dan lapak dengan pelayanan langsung. Metode yang dipergunakan adalah purposive sampling dengan kriteria usaha aktif memproduksi dan bertempat di Kota Surabaya dan memiliki jumlah pekerja tidak lebih dari lima orang. Ada 37 usaha mikro yang berhasil dijadikan sampel dan pemilik usaha bersedia menanggapi kuesioner. Kuesioner tersusun berdasarkan variabel studi. Variabel terikat di studi ini adalah kinerja bisnis dan variabel bebas, yaitu modal intelektual.

1. Kinerja bisnis, sebagai konsep yang melibatkan pencapaian perusahaan, dapat didefinisikan sebagai hasil karya yang tercermin melalui berbagai aspek, terutama di bidang pemasaran (Corbett & Claridge, 2002). Beberapa dimensi kinerja bisnis yang dicantumkan melibatkan kategori finansial dan non-finansial, membentuk kerangka kerja yang lebih komprehensif untuk menilai keseluruhan kinerja organisasi (Morgan

- & Strong, 2003). Dimensi tersebut mencakup:
- a. Kinerja finansial yang mengarah pada pencapaian perusahaan pada hal aspek keuangan, termasuk tetapi tidak terbatas pada pendapatan, laba bersih, arus kas, dan keberlanjutan finansial.
 - b. Kinerja non-finansial (pemasaran) yang mengarah pada dimensi pemasaran, yang meliputi unsur-unsur seperti strategi pemasaran, ekuitas merek, kepuasan pelanggan, dan upaya pemasaran yang berkontribusi pada citra dan reputasi perusahaan.
 - c. Efisiensi yang meninjau sejauh mana perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan melibatkan sumber daya yang tersedia secara efisien, mengoptimalkan proses dan menghindari pemborosan.
 - d. Efektivitas operasional yang berfokus pada sejauh mana perusahaan dapat mencapai tujuan strategisnya, mengukur kesuksesan operasional untuk menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan.
2. Metode pengukuran modal intelektual yang digunakan di studi, merujuk pada studi Khalique *et al.* (2011). Modal intelektual diukur melalui tiga dimensi utama: Human Capital (HUCA), Customer Capital (CUCA), dan Structural Capital (STUCA).
- a. Human Capital (HUCA) yang merujuk pada nilai dan kontribusi dari aspek manusia di suatu organisasi. Faktor-faktor seperti pengetahuan, keterampilan, kompetensi, dan inovasi yang dimiliki oleh individu di perusahaan menjadi bagian dari Human Capital. Pengukuran Human Capital memperhitungkan sejauh mana sumber daya manusia di organisasi dapat berkontribusi pada nilai tambah yang signifikan.
 - b. Customer Capital (CUCA) berfokus pada hubungan dan interaksi perusahaan dengan pelanggan atau konsumen. Melibatkan elemen-elemen seperti kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan nilai merek yang terkait dengan persepsi dan hubungan positif antara perusahaan dan pelanggan. Pengukuran Customer Capital mencerminkan sejauh mana perusahaan berhasil membangun dan memelihara hubungan yang positif dengan pelanggan.
 - c. Structural Capital (STUCA) melibatkan unsur-unsur non-manusia di organisasi yang mendukung kinerja dan pencapaian tujuan. Termasuk database, struktur organisasi, sistem dan prosedur, serta elemen-elemen lain yang tidak terkait langsung dengan individu tetapi memainkan peran penting untuk membentuk nilai perusahaan secara keseluruhan. Pengukuran Structural Capital mencakup evaluasi seberapa efektif struktur organisasi dan sistem yang dimiliki perusahaan.

Dengan mengukur modal intelektual melalui ketiga dimensi ini, studi atau analisis dapat memberikan pandangan terhadap kontribusi manusia, hubungan dengan pelanggan, dan elemen-elemen non-manusia yang membentuk nilai dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Skala ukuran yang diterapkan menggunakan skala Likert dengan poin dari 1 hingga 4, di mana poin 1 menunjukkan "sangat tidak setuju", 2 untuk "tidak setuju", 3 untuk "setuju", dan 4 untuk "sangat setuju". Skala ini mengacu pada metode pengukuran yang dikemukakan di studi Garland (1991).

Metode pengumpulan data di studi ini melibatkan penggunaan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Kuesioner ini dirancang untuk mendapatkan tanggapan responden terkait dengan dimensi-dimensi modal intelektual, yaitu Human Capital, Customer Capital, dan Structural Capital. Pendekatan ini didukung oleh kajian literatur atau studi pustaka yang relevan dan wawancara untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam atau klarifikasi terkait isu-isu yang terkait dengan modal intelektual.

Studi ini mengadopsi pendekatan pengukuran modal intelektual berdasarkan tiga dimensi utama dan menggunakan skala Likert untuk mendapatkan respons dari responden. Pengumpulan data akan dilakukan melalui kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya, dengan dukungan dari studi pustaka dan wawancara untuk memperoleh informasi tambahan yang mungkin diperlukan. Alat analisis yang digunakan di studi ini adalah analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan software SPSS 26. Uji kualitas data melibatkan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil dan Pembahasan

Analisis deskriptif dari sampel yang diperoleh di studi ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang karakteristik para pemilik usaha mikro di bidang kuliner di Kota Surabaya. Dari total 37 responden, terdapat beberapa aspek kunci yang dapat diuraikan secara lebih rinci.

1. Lama Eksistensi Usaha:
 - a. 21 usaha (56.8%) telah eksis lebih dari lima tahun.
 - b. 13 usaha (35.1%) telah eksis kurang dari lima tahun.
 - c. Sisanya, sebanyak 3 usaha (8.1%), baru beroperasi kurang dari setahun.Analisis ini mencerminkan adanya keberagaman pada tingkat ketahanan usaha mikro di bidang kuliner di Kota Surabaya, dengan sebagian besar usaha telah berhasil bertahan pada kurun waktu yang cukup lama.
2. Tingkat Pendidikan Pemilik Usaha:
 - a. Dari total 37 responden, mayoritas pemilik usaha mikro (29 orang atau 78.4%) memiliki latar belakang pendidikan setingkat SMA.
 - b. Sebanyak 8 responden (21.6%) merupakan lulusan sarjana.

Faktor pendidikan dapat menjadi pertimbangan penting untuk memahami basis pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pemilik usaha mikro, serta dapat memengaruhi pendekatan dan strategi manajemen yang mereka terapkan.

3. Niat Menutup Usaha:

- a. Dari total 37 responden, 5 pemilik usaha (13.5%) menyatakan niat untuk menutup usaha mereka.
- b. 11 pemilik usaha (29.7%) masih merasa ragu dan mempertimbangkan untuk menutup usaha.
- c. Sisanya, sebanyak 21 pemilik usaha (56.8%) memilih untuk tetap melanjutkan usaha.

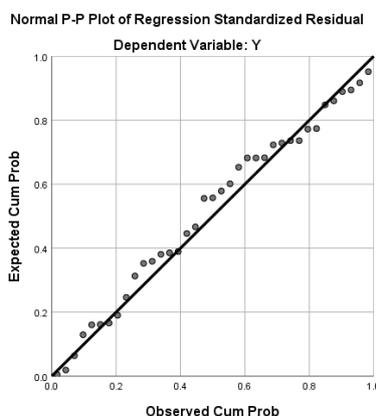
Pemahaman terhadap niat untuk menutup usaha menjadi relevan terkait tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh usaha mikro di Kota Surabaya.

Dengan menguraikan data tersebut, dapat diketahui kondisi usaha mikro di bidang kuliner di Kota Surabaya memiliki karakteristik yang beragam. Sebagian besar telah eksis di jangka waktu yang relatif lama, sementara pendidikan pemilik usaha dan niat untuk menutup usaha menjadi variabel yang perlu diperhatikan terkait pengembangan strategi dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor UMKM di kota ini.

Pemeriksaan validitas dilaksanakan pada tiga variabel independen, yaitu human capital (X.1), customer capital (X.2), dan structural capital (X.3), dan satu variabel dependen, yaitu kinerja bisnis (Y). Hasilnya mengindikasikan bahwa tidak terdapat satu pun pernyataan yang dieliminasi dikarenakan semua nilai korelasi total item yang disesuaikan lebih besar dari 0,3.

Pentingnya keandalan (reliabilitas) instrumen pengukuran di studi bisnis sangat penting untuk memastikan bahwa data yang didapatkan dapat diandalkan dan konsisten. Di studi ini, nilai Cronbach's Alpha telah dihitung untuk setiap variabel, yaitu human capital (X.1), customer capital (X.2), structural capital (X.3), dan kinerja bisnis (Y). Hasilnya menunjukkan bahwa semua nilai Cronbach's Alpha melebihi batas minimal yang umumnya diterima, yaitu 0,6. Dengan nilai Cronbach's Alpha yang memadai untuk seluruh variabel, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan di studi ini memiliki keandalan yang cukup untuk mengukur human capital, customer capital, structural capital, dan kinerja bisnis.

Pada proses pengujian normalitas, seperti yang terlihat pada Gambar 1, dilakukan pemeriksaan distribusi titik-titik yang mengikuti garis diagonal, menunjukkan penyebaran data yang merata. Fenomena ini dapat terlihat pada grafik p-plot. Hasil ini menunjukkan bahwa data studi memiliki distribusi yang bersifat normal.



Gambar 1. Uji Normalitas

Langkah selanjutnya mencakup pemeriksaan multikolinearitas menggunakan VIF (variance inflation factor) dan tolerance. Berdasarkan tabel 3 hasil analisis mengindikasikan bahwa keseluruhan variabel penelitian tidak lebih dari VIF 10 dan memiliki nilai tolerance > 0,1. Nilai tolerance untuk human capital (X.1) adalah 0,863, dengan nilai VIF sebesar 1,158. Kemudian, nilai tolerance untuk customer capital (X.2) adalah 0,992, dengan nilai VIF sebesar 1,008. Sementara untuk structural capital (X.3), nilai tolerance mencapai 0,867, dengan nilai VIF sebesar 1,153. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa di model studi yang melibatkan variabel human capital (X.1), customer capital (X.2), dan structural capital (X.3) terhadap kinerja bisnis UMKM, tidak terdapat masalah multikolinearitas yang memerlukan penanganan khusus.

Langkah berikutnya melibatkan analisis untuk menguji keberadaan autokorelasi dengan memeriksa nilai DW (Durbin Watson). Menurut informasi dari Tabel 1, ditemukan bahwa nilai DW menunjukkan 2,542. Hasil ini mengindikasikan bahwa tidak adanya indikasi autokorelasi pada data studi karena sesuai dengan standar yang berkisar antara -2 hingga 2.

Tabel 1. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.833 ^a	.694	.666	3.61582	2.542

Langkah berikutnya menggunakan koefisien determinasi. Temuan berdasarkan tabel 1 dari studi ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang kuat diantara variabel yang diselidiki, yaitu human capital (X.1), customer capital (X.2), structural capital (X.3), dan kinerja bisnis (Y). Nilai Adjusted R Squared sebesar 0,666. Hasil ini menunjukkan bahwa sekitar 66,6% variasi pada kinerja bisnis UMKM dapat dijelaskan oleh variabel seperti human capital (X.1), customer capital (X.2), dan structural capital (X.3). Sisanya, sekitar 33,3%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk di cakupan studi ini.

Tabel 2. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	978.824	3	326.275	24.956	.000 ^b
	Residual	431.446	33	13.074		
	Total	1410.270	36			

Sama seperti yang tercantum di Tabel 2, hasil uji F mengindikasikan bahwa nilai F-hitung 24,596, dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan nilai probabilitas kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa persamaan regresi memiliki signifikan yang tinggi. Dengan rincian lebih lanjut, analisis ini menggambarkan bahwa human capital (X.1), customer capital (X.2), dan structural capital (X.3) secara simultan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja bisnis (Y). Untuk itu, kesimpulan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti human capital (X.1), customer capital (X.2), dan structural capital (X.3) memainkan peran penting untuk memengaruhi hasil kinerja bisnis (Y) secara bersamaan.

Tabel 3. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.276	4.494		1.841	.075		
	X1	1.286	.619	.215	2.079	.045	.863	1.158
	X2	2.504	.596	.406	4.200	.000	.992	1.008
	X3	3.011	.527	.591	5.712	.000	.867	1.153

Hasil dari studi ini mengindikasikan suatu model regresi yang dapat menjadi $Y = 8,276 + 1,286X_1 + 2,504X_2 + 3,011X_3$. Dapat dinyatakan jika semua variabel, yaitu human capital (X.1), customer capital (X.2), dan structural capital (X.3), memiliki nilai nol, maka prediksi nilai kinerja bisnis UMKM akan berada pada sekitar 8,276. Selain itu, menurut Tabel 5, human capital (X.1) menunjukkan signifikansi dengan nilai 0,045. Variabel customer capital (X.2) juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Sementara itu, variabel structural capital (X.3) memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM dengan nilai 0,000.

Dengan signifikansi yang tercapai, dapat disimpulkan bahwa human capital (X.1), customer capital (X.2), dan structural capital (X.3) secara persial memengaruhi terwujudnya kinerja bisnis UMKM (Y). Hal ini dapat dijelaskan karena tingkat signifikansi kurang dari 0,05.

Human Capital terbukti memiliki peran membentuk kinerja bisnis UMKM di Kota Surabaya. Murtadlo (2021); Tjahjadi *et al.* (2022) sebelumnya juga telah menggarisbawahi pentingnya human capital pada kinerja bisnis UMKM. Pekerja merupakan penggerak utama UMKM sehingga mereka memerlukan peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi (Putra *et al.*, 2016; Eddine *et al.*, 2023). Sesekali bila memungkinkan mereka dilibatkan di pelatihan sebagai upaya meningkatkan kapasitas dan inovasi di operasional bisnis (Hariani *et al.*, 2019; Retnowati, 2022). Mereka harus terus diberikan motivasi agar berperan aktif pada inovasi dan pengembangan produk atau layanan (Aidis & Park). Temuan ini memberikan landasan yang lebih kuat untuk memahami bahwa investasi padas pengembangan pengetahuan dan keterampilan individu, baik melalui pelatihan, pendidikan formal, atau pengalaman kerja, dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan dan kesuksesan UMKM di Kota Surabaya. Dengan adanya human capital yang kuat di kalangan pelaku UMKM, terdapat indikasi bahwa pelaku bisnis ini memiliki kapasitas untuk mengelola dan mengembangkan usahanya dengan lebih efektif.

Customer Capital terbukti memiliki peran membentuk kinerja bisnis UMKM di Kota Surabaya. Hasil ini dikonfirmasi dengan studi yang dilakukan oleh Jalali *et al.* (2014). Di Kota Surabaya, hasil studi ini menunjukkan bahwa UMKM yang mampu memanfaatkan dan mengelola customer capital dengan baik dapat mengalami peningkatan kinerja bisnis. Pelanggan sebagai sumber pendapatan dari bisnis memerlukan layanan maksimal dari penyedia jasa. Mereka harus merasa puas dengan layanan dan produk. UMKM dapat

membangun strategi pemasaran yang fokus pada kepuasan pelanggan dan peningkatan loyalitas (Djazilan, 2021; Issalillah *et al.*, 2022). Pengusaha perlu menerapkan metode pengumpulan umpan balik pelanggan untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Selain itu juga perlunya membangun komunikasi aktif dengan pelanggan melalui media sosial dan saluran lainnya. Hubungan yang positif dengan pelanggan tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan dan pendapatan, tetapi juga dapat menciptakan reputasi positif yang berkelanjutan untuk bisnis tersebut di pasar lokal. Keberhasilan UMKM untuk membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pelanggan dapat menciptakan basis pelanggan yang setia dan bahkan membuka peluang untuk mendapatkan pelanggan baru melalui referensi positif (Galvao *et al.*, 2008). Pada suksesnya bisnis UMKM di Kota Surabaya, pentingnya memahami dan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pelanggan tidak bisa diabaikan. UMKM yang dapat membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan cenderung memiliki basis pelanggan yang setia, yang kemudian dapat mendukung pertumbuhan bisnis melalui pembelian berulang dan rekomendasi positif.

Structural Capital terbukti memiliki peran membentuk kinerja bisnis UMKM di Kota Surabaya. Studi Cleary (2015) yang sejalan dengan temuan studi ini menunjukkan bahwa pada pengembangan structural capital dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi UMKM yang akan membentuk kinerja bisnis UMKM secara berkelanjutan. UMKM yang memiliki struktur yang efektif dan terorganisir dengan baik cenderung lebih mampu mengelola sumber daya mereka dapat meningkatkan produktivitas dan mampu merespon perubahan pasar dengan lebih adaptif (Del Giudice *et al.*, 2021). Bisnis harus terus berjalan dan memerlukan evaluasi secara terus-menerus. Pengusaha harus menilai dan meningkatkan efisiensi operasional dengan meninjau dan mengoptimalkan proses bisnis (Mardikaningsih *et al.*, 2022). Mereka harus menerapkan teknologi dan sistem informasi untuk mendukung manajemen data dan informasi (Sinambela & Darmawan, 2011). Selain itu mereka perlu memastikan struktur organisasi yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar.

Secara keseluruhan, UMKM perlu melakukan kolaborasi dan berbagi pengetahuan antar sesama pelaku usaha. Mereka harus berusaha untuk memperluas jaringan kerjasama dengan pemasok, mitra bisnis, dan lembaga pendukung UMKM. Para UMKM di Kota Surabaya harus memaksimalkan potensi modal intelektual mereka dan mengoptimalkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Kesimpulan

Hasil temuan menunjukkan bahwa modal intelektual memberikan peran nyata membentuk kinerja bisnis UMKM di Kota Surabaya. Modal intelektual yang tersusun dari tiga dimensi, Human Capital, Customer Capital, dan Structural Capital memiliki pengaruh signifikan secara parsial maupun secara simultan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Surabaya.

Secara parsial, masing-masing dimensi modal intelektual; Human Capital yang melibatkan kontribusi sumber daya manusia; Customer Capital yang mencakup aspek hubungan dengan pelanggan; maupun Structural Capital yang terkait dengan elemen non-manusia di organisasi, telah menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Artinya, setiap dimensi modal intelektual memiliki peran khusus dan berkontribusi secara individual terhadap hasil kinerja bisnis. Selain itu, secara simultan, gabungan dari ketiga dimensi modal intelektual menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Surabaya. Keseluruhan modal intelektual, yang mencakup aspek-aspek kritis seperti pengetahuan, hubungan dengan pelanggan, dan elemen struktural organisasi, memberikan dampak positif secara bersamaan terhadap pencapaian tujuan bisnis UMKM di lingkungan ini.

Hasil temuan ini memberikan implikasi penting bagi para pelaku UMKM, pemerintah, dan pihak-pihak terkait lainnya di Kota Surabaya untuk lebih memahami dan mengelola modal intelektual secara efektif. Dengan memanfaatkan dan mengoptimalkan potensi dari ketiga dimensi modal intelektual, UMKM dapat meningkatkan daya saing, inovasi, dan keberlanjutan bisnis mereka di pasar yang terus berubah dan berkembang. Upaya ini juga dapat menjadi landasan untuk pengembangan strategi dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM di wilayah ini.

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diambil sebagai langkah-langkah untuk meningkatkan kinerja bisnis UMKM:

1. Melakukan pengembangan Sumber Daya Manusia agar lebih terampil dan termotivasi untuk memberikan kinerja terbaik guna mengembangkan usaha.
2. Melakukan peningkatan hubungan dengan pelanggan dengan berfokus pada pencapaian kepuasan pelanggan dan memperhatikan aktivitas promosi melalui berbagai media.
3. Melakukan optimasi struktur organisasi dan proses dengan meningkatkan efisiensi operasional serta bersikap fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar.

Saran-saran ini dapat membantu UMKM di Kota Surabaya untuk memaksimalkan potensi modal intelektual mereka dan mengoptimalkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Aidis, R., & Van Praag, M. (2007). Illegal entrepreneurship experience: Does it make a difference for business performance and motivation?. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 283-310.
- Arifin, S., D. Darmawan, C.F.B. Hartanto & A. Rahman. (2022). Human Resources based on Total Quality Management, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 17 – 20.
- Ates, A., Garengo, P., Cocca, P., & Bititci, U. (2013). The development of SME managerial practice for effective performance management. *Journal of small business and enterprise development*, 20(1), 28-54.
- Beltramino, N. S., García-Perez-de-Lema, D., & Valdez-Juárez, L. E. (2020). The structural capital, the innovation and the performance of the industrial SMES. *Journal of Intellectual Capital*, 21(6), 913-945.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63–76.
- Caldera, H. T. S., Desha, C., & Dawes, L. (2019). Evaluating the enablers and barriers for successful implementation of sustainable business practice in ‘lean’ SMEs. *Journal of cleaner production*, 218, 575-590.
- Campanella, F., Serino, L., Battisti, E., Giakoumelou, A., & Karasamani, I. (2023). FinTech in the financial system: Towards a capital-intensive and high competence human capital reality?. *Journal of Business Research*, 155, 113376.
- Chen *et al.* (2005). An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firm’s market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2).
- Cleary, P. (2015). An empirical investigation of the impact of management accounting on structural capital and business performance. *Journal of Intellectual Capital*, 16(3), 566-586.
- Corbett, L. M., & G. S. Claridge. (2002). Key Manufacturing Capability Elements and Business Performance. *International Journal of Production Research*, 40(1), 109-131.
- Darmawan, D., A. H. R. Fuady, R. Mardikaningsih, & E. Retnowati. (2022). Tiga Pilar Sukses: Perilaku Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 185-192.
- Darmawan, D., S. N. Halizah, E. A. Sinambela, & R. Mardikaningsih. (2022). Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Kredit Usaha Rakyat, *Ekombis: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 8(2), 175-181.
- Darmawan, D., P. N. L. Sari, J. Jahroni, S. N. Halizah & R. Mardikaningsih. (2023). Digitalization of Kedai Industry: Analysis of The Role of Internet Marketing Orientation and Innovation on Marketing Performance. *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, 5(1), 21-31.
- Darmawan, D., P. N. L. Sari, S. A. Jamil, & R. Mardikaningsih. (2023). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar Dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM, *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 64-70.
- Del Giudice, M., Scuotto, V., Papa, A., Tarba, S. Y., Bresciani, S., & Warkentin, M. (2021). A self-tuning model for smart manufacturing SMEs: Effects on digital innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 38(1), 68-89.
- Djazilan, M. S. & D. Darmawan. (2021). The Effect of Religiosity and Technology Support on Trust in Sharia Banking in Surabaya, *Journal of Science, Technology and Society*, 2(2), 7-18.
- Djazilan, M.S. & D. Darmawan. (2022). Kajian Tentang Innovative Behaviour Ditinjau Dari Knowledge Sharing Dan Keadilan Organisasi, *Jurnal Baruna Horizon*, 5(2), 78-87.
- Ebitu, E. T., Glory, B., & Alfred, U. J. (2016). An appraisal of Nigeria’s micro, small and medium enterprises (MSMEs): Growth, challenges and prospects. *British Journal of Marketing Studies*, 4(5), 21-36.
- Eddine, B. A. S., D. Darmawan, R. Mardikaningsih, E. A. Sinambela. (2023). The Effect of Knowledge Management and Quality of Work Life on Employee Commitment, *Journal of Human Sciences*, 10(1), 87-100.
- Eniola, A. A., & Ektebang, H. (2014). SME firms performance in Nigeria: Competitive advantage and its impact. *International journal of Research studies in management*, 3(2), 75-86.
- Ernawati, E., R. Mardikaningsih, D. Darmawan, E.A. Sinambela. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5 (2), 144-153.
- Firer, S., and S.M. Williams. (2003). Intellectual Capital And Traditional Measures Of Corporate Performance. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 4 No.3. pp. 348-360.
- Garland, R. (1991). The Mid-Point on a Rating Scale: Is it Desirable? *Marketing Bulletin*, 2(3), 66–70.
- Gerschewski, S., & Xiao, S. S. (2015). Beyond financial indicators: An assessment of the measurement of performance for international new ventures. *International Business Review*, 24(4), 615-629.
- González-Loureiro, M., & Dorrego, P. F. (2012). Intellectual capital and system of innovation: What really matters at innovative SMEs. *Intangible capital*, 8(2), 239-274.
- Gourio, F., & Rudanko, L. (2014). Customer capital. *Review of Economic Studies*, 81(3), 1102-1136.

- Hariani, M. (2022). Determination of a Marketing Strategy to Develop Shrimp Crackers MSMEs Using the Swot Method, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(3), 24–30.
- Hariani, M., M. Irfan, A. R. Putra, D. S. Sigita, S. Arifin, D. Darmawan, & Y. R. Al Hakim. (2019). Optimalisasi Efektivitas Kerja melalui Pengembangan Kompetensi dan Komunikasi Kerja Dinamis, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 14-21.
- Infante, A. & D. Darmawan. (2022). Women in Human Resource Management Practice, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 27-30.
- Issalillah, F., D. Darmawan & M. Khairi. (2022). The Role of Brand Image and Brand Communications on Brand Trust, *Journal of Science, Technology and Society*, 3(1), 1-6.
- Jahroni, J. & D. Darmawan. (2022). Pengaruh Motivasi, Disiplin, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan, *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis (JTIMB)*, 5(2), 95-106.
- Jalali, A., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2014). Entrepreneurial orientation and performance: the interaction effect of customer capital. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 10(1), 48-68.
- Jamaluddin, A., L. C. Hoe, A. A. Mohamed, D. Darmawan, A.T. Hannan, M. Ismail & N. Ahmad. (2013). Human resource management implications of technology-based organizational forms. *Academy of Management Journal*, 23(2), 83-94.
- Kabir, M. N. (2019). Knowledge-based social entrepreneurship: Understanding knowledge economy, innovation, and the future of social entrepreneurship. Springer.
- Khalique, M., Bontis, N., Shaari, J. A. N. Bin, Yaacob, M. R., & Ngah, R. (2018). Intellectual capital and organisational performance in Malaysian knowledge-intensive SMEs. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 15(1), 20.
- Khalique, M., Shaari, J. A. N., & Hassan, A. (2011). Intellectual Capital and Its Major Components. *International Journal of Current Research*, 3(6), 343–347.
- Khayru, R.K., Nichen, A Chairunnas, Safaruddin, & M. Tahir. (2021). Study on The Relationship Between Social Support and Entrepreneurship Intention Experienced by Adolescents, *Journal of Social Science Studies*, 1(2), 47-51.
- Kiley, A.M., B. Evans, M. Ismail, R. Saeed, D. Darmawan, L. C. Hoe & A.T. Hannan. (2015). Strategic Flexibility and the Virtue of Innovation in Responding to the Dynamics of Change. *The Journal of Management Studies*, 31(3), 865-878.
- Laasonen, V. (2023). Building dynamic capabilities in the transition toward a knowledge-based bioeconomy: a case study of three Finnish regions. *Regional Studies*, 1-12.
- Lucato, W. C., Costa, E. M., & de Oliveira Neto, G. C. (2017). The environmental performance of SMEs in the Brazilian textile industry and the relationship with their financial performance. *Journal of environmental management*, 203, 550-556.
- Mardikaningsih, R., E. A. Sinambela, M. Hariani, S. Arifin, A. R. Putra, D. Darmawan, & M. Irfan. (2018). Studi Tentang Pengaruh Daya Tarik Promosi, Media Digital dan Kelompok Referensi terhadap Pembelian Impulsif Pada Marketplace Tokopedia, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 21-30.
- Mardikaningsih, R & S. Arifin. (2021). Study on Education Level and Consequences of Licensing and Interest in Making Small Business Licensing, *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 19-24.
- Mardikaningsih, R., E. I. Azizah, N. N. Putri, M. N. Alfian, M. M. D. H. Radiansyah. (2022). Business Survival: Competence of Micro, Small and Medium Enterprises, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 1 – 4.
- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. (2022). Determinan Keterlibatan Kerja: Peran Dari Penilaian Kinerja, Perilaku Kepemimpinan dan Perilaku Inovatif. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 178-184.
- Milgate, M. (2004). Transforming corporate performance: measuring and managing the drivers of business success. Bloomsbury Publishing USA.
- Mircevska, T. P. (2015). Role and importance of innovation in business of small and medium enterprises. *Економски Развој-Economic Development*, 17(1-2), 55-74.
- Morgan, R. E., & C. A. Strong. (2003). Business Performance and Dimensions of Strategic Orientation. *Journal of Business Research*, 56(3), 163-176.
- Munir, M., S. Arifin, D. Darmawan, F. Issalillah & R. K. Khayru. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja, Religiusitas, Kepemimpinan Dan Lingkungan Terhadap Kinerja Karyawan, *Jurnal Baruna Horizon*, 5(2), 88-99.
- Munir, M., S. Arifin, D. Darmawan, F. Issalillah & R. K. Khayru. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja, Religiusitas, Kepemimpinan Dan Lingkungan Terhadap Kinerja Karyawan, *Jurnal Baruna Horizon*, 5(2), 88-99.
- Murtadlo, K. (2021). Peran Human Capital, Struktur Capital, Relasional Capital dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 8(1), 47-62.

- Nasih, M. (2011). Membangun Human Capital Melalui Kepemimpinan Dan Komitmen Organisasi. *Akrual: Jurnal Akuntansi*, 2(2).
- Neely, A. (1999). The performance measurement revolution: why now and what next?. *International journal of operations & production management*, 19(2), 205-228.
- Petty, P. and J. Guthrie. (2000). Intellectual Capital Literature Review: Measurement, Reporting And Management. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 1 No. 2. Pp. 155-75.
- Putra, A.R., S. Arifin, R. Mardikaningsih, & M Hariani. (2016). Peran Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Sidoarjo, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 29-34.
- Putra, A.R. & D. Darmawan. (2022). Competitive Advantage of MSMEs in Terms of Technology Orientation and Entrepreneurship Competence, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(1), 15–20.
- Putra, A.R. (2022). Improving Employee Performance through the Implementation of Total Quality Management and the Effectiveness of the Remuneration System, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(2), 1 – 5.
- Putra, A.R., D. Darmawan, M. Djaelani, F. Issalillah, & R. K. Khayru. (2022). Pengaruh Tuntutan Pekerjaan, Modal Psikologis dan Kematangan Sosial terhadap Profesionalisme Karyawan. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 18(2), 157-172.
- Retnowati, E. & D. Darmawan. (2022). Peningkatan Kinerja Karyawan Ditinjau Dari Sikap Kerja Dan Penegakan Keadilan Organisasi, *Arbitrase: Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 3(2), 219-226.
- Retnowati, R., S. Alfiah, T. Ustiani, R. Mardikaningsih, & H. Ahmad. (2023). Factors Affecting Worker Satisfaction: Work Environment, Regulatory Compliance, and Organizational Culture, *Legalis et Socialis Studiis*, 1(1), 14-24.
- Selase Asamoah, E. (2014). Customer based brand equity (CBBE) and the competitive performance of SMEs in Ghana. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(1), 117-131.
- Sinambela, E. A. & D. Darmawan. (2011). Analisis Dampak Penerapan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kualitas Laporan Keuangan melalui Sistem Pengendalian Internal Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 18-29.
- Sinambela, E. A., D. Darmawan, & V. Mendrika. (2022). Effectiveness of Efforts to Establish Quality Human Resources in the Organization, *Journal of Marketing and Business Research*, 2(1), 47-58.
- Sinambela, E.A., R. Mardikaningsih, E. Retnowati, U. P. Lestari, J. Jahroni, A. R. Putra, M. Munir, D. Darmawan & S. Arifin. (2022). Penyuluhan dan Pelatihan Pendaftaran Surat Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK). *Journal of Social Responsibility Projects*, 3(2), 120–122.
- Sinambela, E.A., D. Darmawan & B. Gardi. (2022). Cost Control through Break Even Point Analysis, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(3), 1 – 3.
- Sousa, S., & Aspinwall, E. (2010). Development of a performance measurement framework for SMEs. *Total Quality Management*, 21(5), 475-501.
- Sudirman, A., Hanika, I. M., Halim, F., Julyanthry, J., & Chandra, E. (2022). Testing The Effect of Customer Capital And Technological Innovation On Business Performance. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 321-330.
- Tan, H.P., D.Plowman, P.Hancock. (2007). Intellectual capital and financial returns of companies. *Journal of Intellectual Capital*, 8(1), 76-95.
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., Nadyaningrum, V., & Aminy, A. (2022). Human capital readiness and global market orientation in Indonesian Micro-, Small-and-Medium-sized Enterprises business performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(1), 79-99.
- Wickramasinghe, N., & Sharma, S. K. (2005). Key factors that hinder SMEs in succeeding in today's knowledge-based economy. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 2(2), 141-158.
- Widyawati, N., Marzuki, S., Kristiawati, I., Arisanti, D., Cahyani, K. G., & Nisa, K. (2022). Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Pelatihan Digitalisasi Marketing Sebagai Peningkatan Omset UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2), 701-705.
- Wulandari, W., R. Nuraini, F. Maghfiroh, D. Darmawan, S. N. Halizah, & R. Mardikaningsih. (2022). Pengaruh Kemampuan Interpersonal, Modal Psikologi, dan Dukungan Supervisor Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(4), 123-131.