

Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Bisnis UMKM Bidang Kreatif

Febthian Lindenn Harahap^{1*}, Hariyati²

¹⁻²Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

*Penulis Korespondensi: febthian.20105@mhs.unesa.ac.id¹

Abstract. *Intellectual capital represents information that reflects the quality of human resources and the knowledge assets owned by a business unit. This study aims to examine the influence of intellectual capital on business performance in creative sector MSMEs, specifically in the fashion and beauty industries in Surabaya. Data were collected through questionnaires distributed to business owners to capture their understanding of the components of intellectual capital and its impact on business performance. The study employs a quantitative method with a correlational approach to analyze the relationships between variables. The results of significance tests indicate that intellectual capital overall has a notable impact on business performance. Specifically, Human Capital, Structural Capital, Relational Capital, Technological Capital, and Business Capital exert a positive influence, demonstrating that the quality of human resources, organizational structure, business relationships, technology utilization, and business assets are key factors in improving MSME performance. Conversely, Customer Capital shows a negative influence, highlighting the need for more effective strategies in managing and leveraging customer-related resources. These findings confirm that intellectual capital significantly affects the performance of creative sector MSMEs, suggesting that proper management and development of each component of intellectual capital is essential for enhancing competitiveness, sustaining growth, and ensuring the long-term success of small and medium enterprises.*

Keywords: *Business Performance; Human Capital; Intellectual Capital; MSMEs; Structural Capital*

Abstrak. Modal intelektual merupakan informasi yang mencerminkan kualitas sumber daya manusia dan aset pengetahuan yang dimiliki oleh sebuah unit usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh modal intelektual terhadap kinerja bisnis pada UMKM yang bergerak di bidang kreatif, khususnya sektor fashion dan kecantikan di Kota Surabaya. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pemilik bisnis, sehingga dapat menggambarkan secara langsung pemahaman mereka mengenai komponen modal intelektual dan kinerja usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan korelasi untuk mengetahui hubungan antarvariabel. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa modal intelektual secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis. Secara rinci, Human Capital, Structural Capital, Relational Capital, Technological Capital, dan Business Capital memberikan pengaruh positif terhadap kinerja, menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia, struktur organisasi, hubungan bisnis, pemanfaatan teknologi, dan aset usaha menjadi faktor penting dalam peningkatan performa UMKM. Sebaliknya, Customer Capital menunjukkan pengaruh negatif, yang menandakan perlunya strategi yang lebih efektif dalam membangun dan memanfaatkan modal pelanggan. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa modal intelektual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM di bidang kreatif, sehingga pengelolaan dan pengembangan setiap komponen modal intelektual menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata kunci: Capital Struktural; Human Capital; Kinerja Bisnis; Modal Intelektual; UMKM

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil Menengah pada masa ini menjadi sebuah bentuk usaha yang menjamu di Indonesia. Menurut M. Kwartono (2007), UMKM adalah Unit usaha yang dibentuk oleh masyarakat di mana kekayaannya tidak melebihi dua ratus juta rupiah. UMKM umumnya diminati oleh masyarakat dikarenakan kemudahan pembentukannya, dan bentuknya yang tergolong mudah dipahami. Berdasarkan data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal, UMKM di Indonesia memberikan kontribusi sebesar 61,97% terhadap GDP Indonesia pada tahun 2021. Bila dirupiahkan, persentase tersebut mewakili 8.573,89 triliun rupiah.

Menurut data dari www.djkn.kemenkeu.go.id/, pada tahun 2019 UMKM yang ada di Indonesia berjumlah 65,5 juta unit. Angka ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya di mana jumlah UMKM tersebut pada 2018 adalah sebanyak 64,2 juta unit. Berdasarkan rekapitulasi yang dimiliki Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap PDB Indonesia pada tahun 2021, di mana UMKM berkontribusi 61,07% dengan nilai sekitar Rp. 8.574 Triliun.

Di Jawa Timur sendiri, UMKM juga berkontribusi dengan sangat baik, yaitu sebesar 58,36% kinerja ekonomi di Jawa Timur (antaranews.com, 2023). Di mana pada tahun 2024, Jawa Timur menjadi kontributor dengan kontribusi 20,75% unit usaha di bidang ekonomi kreatif dengan 14% unit usaha yang bergerak di bidang *fashion*. UMKM bidang kreatif sendiri merupakan sebuah kegiatan usaha yang menggunakan kreativitas dari para pelaku usaha sebagai modal utama. (M. Hasan et al., 2021) kegiatan utama dalam industri kreatif adalah memberikan inovasi dan kreativitas yang kemudian membentuk beberapa bidang seperti makanan, pakaian, dekorasi, aksesoris, dan lainnya.

UMKM bidang kreatif merupakan sektor usaha yang mengandalkan kreativitas dan inovasi sebagai modal utama dalam menciptakan nilai tambah pada produk atau jasa yang ditawarkan. Di Jawa Timur, UMKM telah berkontribusi signifikan terhadap perekonomian, termasuk dalam sektor ekonomi kreatif yang mencakup berbagai bidang seperti *fashion*, makanan, dekorasi, dan aksesoris. Keberlanjutan UMKM kreatif sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan inovasi yang dapat menarik minat pasar dan meningkatkan penjualan. Dalam konteks bisnis, kinerja usaha atau *business performance* menjadi tolak ukur utama keberhasilan, yang salah satunya dinilai dari keuntungan yang diperoleh melalui kegiatan penjualan barang atau jasa. Dengan demikian, semakin tinggi kreativitas dan inovasi yang dihadirkan, semakin besar peluang UMKM bidang kreatif untuk berkembang dan memberikan kontribusi lebih besar terhadap perekonomian.

Semua kegiatan usaha pastilah bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan ini dapat diraih oleh sebuah usaha melalui kegiatan penjualan barang/jasa. *Business performance* atau kinerja bisnis merupakan suatu hal yang berkaitan dengan penjualan jasa/barang yang dimiliki oleh sebuah usaha. *Business Performance* merupakan kemampuan dari sebuah organisasi, perusahaan, departemen, individu guna mencapai tujuan dan hasil yang dicapai. Maka dari itu keuntungan merupakan salah satu tolak ukur utama dalam mengetahui *Business performance* dari sebuah kegiatan usaha yang dilakukan.

Tujuan dalam sebuah kegiatan usaha tidak hanya dinilai dari seberapa banyak keuntungan yang dapat diraih oleh sebuah usaha. Terdapat berbagai hal yang dapat dijadikan

sebagai tujuan usaha. Tujuan ini dapat berupa prestasi, dan kemajuan usaha. Maka dari itu diperlukan adanya pengukuran terhadap kinerja bisnis guna mengetahui seberapa jauh sebuah usaha telah berkembang dalam rentan waktu tertentu. Pengukuran *business performance* juga dapat membantu manager dalam menentukan target untuk jangka waktu ke depan. Menurut (Aprilianti et al., 2023) kinerja bisnis merupakan standar yang penting dalam menilai capaian usaha yang dimiliki UMKM. Kinerja Bisnis UMKM adalah gambaran tujuan yang dapat di realisasikan oleh sebuah unit bisnis. Kinerja ini dapat dinilai melalui indikator keuangan. Kinerja Bisnis menurut (Julia Permadani et al., 2022) menilai kinerja moneter dan non-moneter.

Modal Intelektual bukanlah hal yang biasa diperhitungkan dari sebuah perusahaan. Modal intelektual menurut Michael Haris dalam Suryana (2003) merupakan gabungan dari kompetensi dengan komitmen, di mana penerapan modal intelektual dapat dilakukan dengan mengombinasikan komitmen yang tinggi dengan ilmu pengetahuan yang mencukupi. Dapat disimpulkan bahwa modal intelektual merupakan kemampuan yang di sesuaikan dengan tingkat komitmen.

Menurut Bontis (2001) Modal Intelektual atau *IC* terdiri atas 3 komponen penting, berupa modal manusia, modal struktur dan modal relasi. Mayoritas ahli menyetujui pendapat tersebut dikarenakan aset terpenting dalam sebuah perusahaan merupakan Manusia sebagai human capital atau sebagai pelaksana dan penggerak sebuah perusahaan. Structural capital atau modal struktur merupakan memampukan sebuah kelompok dalam berorganisasi. Hal ini merupakan faktor yang penting, di mana bila *Human Capital* yang baik tidak di iringi dengan adanya kemampuan berorganisaasi maka individu pelaksana tidaklah dapat berkerja secara efisien. Relational capital atau modal relasi merupakan modal berupa relasi yang dimiliki oleh sebuah unit usaha. Relasi ini sejatinya merupakan bentuk kerjasama yang berdasarkan kepentingan usaha. Modal relasi memungkinkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan barang atau jasa melalui pihak-pihak yang menjalin hubungan baik.

(Ramezan, 2011) melalui penelitiannya mengungkapkan bahwa terdapat 7 komponen mengenai modal intelektual. Kompenen tersebut terdisi atas *human capital* (modal Manusia), *customer capital* (modal konsumen), *structural capital* (modal struktur), *business capital* (modal bisnis), *social capital/relational* (modal sosial atau modal relasi), *tehcnological capital* (modal teknologi), dan *spiritual capital* (modal spiritual). Penambahan komponen tersebut berdasarkan pada kesadaran para ahli mengenai pentingnya perusahaan menciptakan keberhasilan ekonomi melalui peningkatan efektivitas penggunaan sumber daya manusia. Di mana menurut (Mela & Fitri, n.d.). Modal intelektual dapat menciptakan keunggulan bersaing dan kesinambungan usaha guna meningkatkan performa dan nilai dari sebuah

perusahaan/usaha. Modal intelektual yang dapat menciptakan keunggulan bersaing ini merupakan poin yang penting bagi berkembangnya sebuah unit usaha. Maka dari itu sebuah unit usaha terutama yang bergerak di bidang ekonomi kreatif perlu mengetahui seberapa besar modal intelektual memberikan keunggulan dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Kota Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, terutama di sektor ekonomi kreatif. Sebagai pusat bisnis dan perdagangan di Jawa Timur, Surabaya memiliki ekosistem UMKM yang dinamis serta dukungan infrastruktur dan kebijakan pemerintah yang mendorong inovasi dan pengembangan usaha kreatif. Selain itu, dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM di Surabaya perlu memanfaatkan modal intelektual secara optimal untuk menciptakan keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja bisnis mereka. Oleh karena itu, penelitian ini relevan untuk melihat bagaimana penerapan modal intelektual dalam bisnis kreatif di Surabaya dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan usaha, sekaligus melengkapi penelitian sebelumnya terkait dengan komponen modal intelektual.

Penulis meneliti mengenai topik Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Bisnis UMKM dikarenakan ingin melengkapi penelitian mengenai 3 komponen modal intelektual yang disusun oleh Zuliyati, Nita Andriyani Budiman, dan Zamrud Mirah Delima, . Penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana modal intelektual dapat berpengaruh terhadap kinerja bisnis sebuah UMKM. Di sini penulis akan meneliti lebih detail mengenai implementasinya pada bidang ekonomi kreatif dan menggunakan tambahan 3 komponen modal intelektual sebagai dasar penelitian. Komponen Modal Kapital yang diteliti terdiri atas *Human Capital*, *structural Capital*, *relational Capital*, *technological Capital*, *business capital Capital*, dan *customer Capital*.

Penelitian ini juga merupakan pengembangan dari Penelitian sebelumnya dengan judul Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kudus). Di mana pada penelitian terdahulu ini, penelitian difokuskan pada sektor UMKM secara umum. Penelitian ini memfokuskan kepada UMKM bidang kreatif. UMKM bidang ekonomi kreatif kegiatan ekonomi yang berfokus sumber daya manusia, di mana menurut (Rangkuti, 2023) ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang berfokus pada kreativitas, keahlian, dan nilai budaya. Maka dari itu penelitian ini menjadi dasar pengukuran seberapa besar Intelektual Kapital mempengaruhi Kinerja Bisnis UMKM bidang kreatif.

Modal manusia dalam intelektual kapital tidak hanya mengenai berapa jumlah SDM yang ada pada bisnis tersebut. Melainkan kualitas dan kreativitas yang dimiliki oleh SDM

perusahaan tersebut. Sebuah bisnis ekonomi kreatif merupakan bisnis yang dibangun berdasarkan ide baru yang tidak hanya mengulang hal yang sama atau hanya menambahkan fitur dalam sebuah produk yang telah dijual masal. Sebuah bisnis yang baik merupakan bisnis yang kinerja bisnis dan latar belakang yang baik. Maka dari itu, penulis di sini ingin mengetahui seberapa besar dampak dari adanya penggunaan intelektual kapital pada performa bisnis ekonomi bidang kreatif.

2. KAJIAN TEORITIS

Resource Based Theory

Menurut (Purnomo & hariyati, 2019) adalah pendekatan yang berdasarkan pada sumber daya yang memberikan keunggulan sebuah usaha. (Hariyati et al., 2018) mengatakan bahwa RBT berfokus pada sumber daya dan kemampuan. Teori ini menjelaskan bagaimana sebuah sumber daya manusia dapat menghasilkan keunggulan terhadap unit usaha. RBT merupakan teori yang berpaku pada pemanfaatan sumber daya baik aset berwujud maupun tidak yang dimiliki oleh sebuah unit usaha dalam meraih keunggulan kompetitif melalui manajemen sumber daya yang baik. Keunggulan kompetitif merupakan keadaan di mana sumber daya manusia perusahaan dapat memberikan peningkatan kinerja perusahaan.

Resource Based Theory atau teori berbasis sumber daya merupakan penjelasan mengenai bagaimana hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan guna membuat perusahaan bertahan dan berkompetisi. (Kozlenkova, Samaha & Palmatier, 2014) menyatakan bahwa RBT membahas mengenai pendekatan yang didorong secara internal yang lebih berfokus pada organisasi internal dibandingkan dengan pendekatan secara eksternal dalam memahami pencapaian atau kegagalan dalam menggunakan aktivitas organisasi. Pada kasus ini *Resource* atau sumber daya yang diangkat merupakan Modal kapital atau sumber daya manusia yang dimiliki UMKM. *Resources Based Theory* membahas mengenai pentingnya sumber daya dalam perkembangan usaha. *Resource Based Theory* diperlukan dikarenakan sumber daya manusia yang dimiliki pastinya berhubungan dengan modal intelektual dari unit usaha tersebut. Sumber daya yang di cakup dalam modal intelektual sendiri merupakan sumber daya manusia dalam sebuah unit usaha. Maka berdasarkan pendekatan *Resources based Theory* dapat disimpulkan modal intelektual sebagai bagian dari sumber daya manusia memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha dari UMKM.

Modal Intelektual

Indonesia sendiri tercakup dalam PSAK No.19 (pembaharuan 2015) sebagai aset nonmoneter yang memberikan manfaat ekonomi. Penelitian Bontis (2001) menyatakan bahwa modal intelektual merupakan seperangkat aset atau modal tak berwujud yang dapat berupa sumber daya, kemampuan dan kompetensi. Di mana kompetensi merupakan tolak ukur seberapa baik seseorang dalam melaksanakan tugasnya. Ningsih & Hariyati (2020) menyatakan bahwa modal intelektual merupakan segala bentuk pengetahuan atau aset tak berwujud yang dapat menghasilkan inovasi dan kreativitas dengan cara mengembangkan nilai produk atau layanan. Kasus et al., (2020) menyatakan bahwa modal intelektual adalah aset non fisik yang terdiri atas pengetahuan, keterampilan, dan teknologi yang mana bila dioptimalkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Michael Haris dalam Suryana (2003) menyatakan bahwa modal intelektual gabungan dari kompetensi dengan komitmen, di mana penerapan modal intelektual dapat dilakukan dengan mengombinasikan komitmen yang tinggi dengan ilmu pengetahuan yang mencukupi.

Berdasarkan pengertian modal intelektual tersebut dapat disimpulkan bahwa modal intelektual merupakan suatu modal atau aset tak berwujud diaman modal intelektual merupakan kumpulan pengetahuan yang diperoleh baik dalam proses pembelajaran maupun pengalaman. Modal intelektual ini memiliki peran yang dominan dalam meningkatkan kinerja keuangan melalui pemanfaatan inovasi, kreativitas, kemampuan dan kompetensi yang dimiliki SDM perusahaan.

Pada penelitian ini, modal intelektual yang menjadi variabel penelitian adalah modal intelektual yang berdasarkan pada penelitian (Ramezan, 2011), di mana modal intelektual terbagi atas 7 komponen, yaitu : *human capital* (modal Manusia), *customer capital* (modal konsumen), *structural capital* (modal struktur), *business capital* (modal bisnis), *social capital/relational* (modal sosial atau modal relasi), *tehcnological capital* (modal teknologi), dan *spiritual capital* (modal spiritual).

Human Capital

Menurut penelitian Dewi et al., (2020) *human capital* merupakan pengetahuan individual yang merupakan kombinasi dari turunan genetik, pendidikan, pengalaman dan perilaku memiliki berhubungan dengan kehidupan dan bisnis. (Suhardjanto et al., 2010) *human capital* merupakan sumber daya manusia yang mencakup pendidikan, pengetahuan dan kompetensi.

Indikator kemampuan sebuah perusahaan atau unit usaha dalam memecahkan sebab masalah yang dimiliki oleh unit tersebut dapat disebut sebagai *human capital*. *Human capital*

di sini dapat meningkat seiring dengan peningkatan pemanfaatan dan pengembangan kompetensi sumber daya yang dimiliki oleh unit usaha. Sumber daya manusia dapat berkembang, sebagaimana Baron (2011) menyatakan bahwa segala bentuk keahlian, pengalaman, dan juga pengetahuan yang seseorang dalam kehidupan berorganisasi. *Human capital* di sini dapat di artikan sebagai upaya yang dilakukan unit guna mewujudkan sumber daya manusia sebuah perusahaan sebagai modal yang berharga yang nilainya di mana upaya tersebut dilakukan guna meningkatkan keuntungan baik itu dalam keuntungan bisnis ataupun keunggulan bersaing.

Structural Capital

Menurut Baron (2011) *structural capital* adalah indikator keberhasilan sebuah usaha dalam memenuhi segala bentuk kebiasaan yang dimiliki sebuah perusahaan. Hal ini dapat dilihat melalui bagaimana struktur organisasi perusahaan dapat mendukung pegawainya dalam memenuhi tujuan usaha. Penerapan *structural capital* yang baik dapat mendorong kinerja yang dimiliki *human capital* dalam meningkatkan kinerja dengan lebih optimal.

Menurut Bontis (1998) adanya *structural capital* yang kuat sebuah perusahaan dapat mendorong individu yang ada dalam organisasi untuk dapat terus mencoba dan belajar meskipun menghadapi kegagalan. *Structural capital* menurut Bontis (2001) dalam Mardiana & Hariyati (2014) terdiri atas segala pengetahuan non-manusia seperti database, struktur organisasi, proses manual, strategi, rutinitas, dan segala yang dapat memberikan nilai lebih terhadap perusahaan.

Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memberikan bantuan terhadap individual yang dimiliki secara optimal dengan cara memberikan rutinitas dan struktur yang dapat membantu mereka untuk dapat terus berkembang. *Structural capital* merupakan struktur organisasi yang dimiliki unit usaha yang bertujuan guna mendorong kinerja SDM yang mereka miliki dengan memanfaatkan berbagai modal aspek seperti database, struktur organisasi, proses manual, strategi, rutinitas, dan aspek pendukung perkembangan SDM lainnya.

Relational Capital

Baron (2011) mendeskripsikan *relational capital* sebagai bagian dari modal intelektual yang dapat menghasilkan nilai secara nyata. *Relational capital* di sini di artikan sebagai hubungan yang terjadi antar sesama perusahaan dan non perusahaan dan juga hubungan yang terbentuk di dalam unit usaha itu sendiri. Di mana perusahaan yang dimaksud dapat berupa perusahaan swasta dan negeri, dan non perusahaan sebagai masyarakat yang berpotensi sebagai konsumen. *Relational capital* dalam sebuah organisasi memiliki tugas yaitu melakukan

pembentukan, pemeliharaan, dan pengembangan hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat di sekitarnya.

Relational capital merupakan pengetahuan yang dimiliki perusahaan yang berlandaskan pada interaksi antar individual yang ada di sekitarnya. *Relational capital* yang baik dapat memberikan nilai lebih terhadap perusahaan dengan mendorong *customer capital*. *Relational capital* yang baik juga dapat mendorong efisiensi perusahaan dengan melibatkan *business capital* sebagai nilai tambah perusahaan di mata pihak mitra bisnis

Technological Capital

Modal teknologi menurut McGrattan & Prescott, (2009) merupakan kemampuan yang didapatkan melalui akumulasi investasi berdasarkan berbagai kegiatan riset dan pengembangan atau R&D, Organization Capital, dan Brand atau merek. Penelitian Rami'rez (2010) menyatakan *technological capital* aset tak berwujud perusahaan yang berfokus pada pengetahuan terhadap teknologi. *Technological capital* yang baik dapat di lihat melalui bagaimana sebuah organisasi dalam meningkatkan segala bentuk usaha dengan menggunakan segala pengetahuan dan fasilitas perusahaan menggunakan teknologi sebagai alat bantu.

Technological capital merupakan segala bentuk kemampuan yang didapati dari adanya kegiatan yang berdasarkan pada penerapan dan pengetahuan akan teknologi. *Technological capital* dapat membantu sebuah perusahaan dalam penyusunan *structural capital* dengan lebih baik dan lebih efisien menggunakan teknologi dan informasi yang baik. *Technological capital* juga merupakan salah satu media perusahaan dalam meningkatkan *human capital* dengan pelatihan berdasarkan teknologi yang dapat memberikan efisiensi pada kegiatan bisnis.

Business Capital

Business Capital atau modal bisnis menurut De Gregorio et al. (2000) merupakan nilai dari sebuah hubungan antara organisasi terhadap proses dasar dari kegiatan berusaha. *Business capital* yang baik merupakan pertanda bahwa terdapat hubungan yang baik antara sebuah organisasi terhadap rekan usaha. *Business capital* terdiri atas bagaimana segala hubungan yang baik terhadap pemasok, pemegang kepentingan, dan rekan bisnis. *Business capital*. Penelitian mohtar shahimi (2015) menyatakan bahwa *business capital* adalah segala sumber daya yang terakumulasi dalam sebuah perusahaan berupa hubungan baik perusahaan terhadap pihak lain yang memiliki kepentingan bisnis terhadap perusahaan.

Business capital merupakan segala bentuk usaha yang dilakukan sebuah perusahaan dalam membangun hubungan yang baik antar sesama perusahaan yang memiliki kepentingan bisnis. *Business capital* dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan nilai tambah perusahaan di mata rekan bisnis. Peningkatan *business capital* yang baik dapat mendorong

kemudahan perusahaan dalam melakukan perjanjian dan kerja sama bisnis dikarenakan adanya kelebihan perusahaan yang menjadi dasar pengambilan keputusan kerja sama yang dilakukan oleh mitra bisnis.

Customer Capital

Saragih (2010) menyatakan bahwa modal pelanggan atau *customer capital* sebagai bentuk hubungan terhadap konsumen. Hubungan terhadap konsumen tersebut diharapkan dapat menjadi nilai tambah bagi unit usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. *Customer capital* merupakan komponen yang berfokus pada bagaimana sebuah perusahaan dapat memberikan kesan terbaik terhadap konsumen guna meningkatkan pendapatan. *Customer capital* merupakan bagian yang penting dalam penyusunan kegiatan pemasaran, di mana *customer capital* dapat menjadi nilai tambah perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis.

Customer capital dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Penerapan *customer capital* dapat memberikan dampak yang positif terhadap perusahaan di mana kepuasan pelanggan dapat meningkatkan penjualan yang dimiliki perusahaan.

Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan kemampuan yang dimiliki sebuah unit usaha guna meningkatkan keuntungan yang dimiliki. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menggunakan segala sumber daya yang dimilikinya. Kinerja bisnis juga parameter dalam mengetahui sejauh apa sebuah perusahaan atau usaha dapat mencapai tujuan yang dimiliki. Kinerja bisnis menurut Khasanah et al., (2010) dapat terpantau dari kombinasi keuntungan, volume penjualan dan pangsa pasar yang dimiliki usaha.

Larashati & Hariyati, (2021) menyatakan bahwa kinerja sebuah perusahaan merujuk kepada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode tertentu yang sangat menentukan perkembangan usaha. Hartini, (2012) menyatakan bahwa kinerja bisnis merupakan kunci pokok untuk terus bertahan di era globalisasi yang salah satunya dapat dilakukan dengan melakukan inovasi.

Megracia, (2021) menyatakan bahwa kinerja bisnis UMKM merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian dari suatu perusahaan berdasarkan aktivitas usahanya. Maka, kinerja bisnis dapat diartikan sebagai salah satu kunci perusahaan bertahan hidup dengan cara meningkatkan penjualan dengan menggunakan segala sumber daya yang dimiliki perusahaan. Kinerja bisnis .

UMKM

Menurut M. Kwartono (2007), merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh rakyat di mana kekayaannya tidak melebihi dua ratus juta rupiah. UMKM bidang kreatif sendirinya merupakan pelaku UMKM yang fokus utama dari penjualannya berada di bidang ekonomi kreatif. Menurut Newbigin (2010), ekonomi kreatif merupakan industri di mana terdapat kegiatan yang berhubungan dengan proses perancangan, pembuatan dan pendekorasi. Ekonomi kreatif dapat didefinisikan sebagai sebuah kegiatan usaha yang menggunakan kreativitas dari para pelaku usaha sebagai modal utama. Kreativitas yang di cakup dapat di aplikasikan pada kegiatan perancangan, pembuatan dan pendekorasi. Sub bidang dari ekonomi kreatif sendiri terdiri atas desain, animasi, fotografi, kuliner, penerbitan, periklanan, pertunjukan, *fashion*, dan aplikasi. Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada subsektor *fashion*, yaitu *fashion* dan kecantikan.

3. METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan mengamati UMKM sektor Ekonomi Kreatif yang berada di Surabaya. Pemilihan UMKM dilakukan karena UMKM merupakan roda penggerak utama ekonomi dalam negeri yang belum menerapkan sistem administrasi dan masih cenderung menggabungkan dana pribadi dan modal perusahaan.

Subjek yang diteliti pada kali ini mengambil sampel sebanyak 120 UMKM yang bergerak di bidang *fashion* dan kecantikan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Subjek yang Diteliti

No.	Sub bidang	Jumlah
1	Fashion	100
2	Kecantikan	20
	Jumlah	120

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam sebuah kuesioner tepat atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan melakukan uji korelasi bivariat pada masing-masing pertanyaan. Pertanyaan dinyatakan valid bila nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel. Pada penelitian ini jumlah responden adalah sebanyak 120 responden dengan uji bivariat di mana diketahui bahwa nilai *r* tabel sebesar 0,1793

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Indikator	R hitung	R tabel	keterangan
HC1	0,258	0,1793	Valid
HC2	0,214	0,1793	Valid
HC3	0,414	0,1793	Valid
SC1	0,407	0,1793	Valid
SC2	0,381	0,1793	Valid
SC3	0,282	0,1793	Valid
SC4	0,206	0,1793	Valid
RC1	0,263	0,1793	Valid
RC2	0,200	0,1793	Valid
RC3	0,269	0,1793	Valid
RC4	0,200	0,1793	Valid
TC1	0,220	0,1793	Valid
TC	0,221	0,1793	Valid
TC3	0,197	0,1793	Valid
TC4	0,201	0,1793	Valid
TC5	0,205	0,1793	Valid
BC1	0,239	0,1793	Valid
BC2	0,196	0,1793	Valid
BC3	0,209	0,1793	Valid
CC1	0,283	0,1793	Valid
CC2	0,192	0,1793	Valid
CC3	0,217	0,1793	Valid
CC4	0,182	0,1793	Valid
CC5	0,183	0,1793	Valid
KB1	0,255	0,1793	Valid
KB2	0,314	0,1793	Valid
KB3	0,278	0,1793	Valid

Dari hasil pengujian validitas pada tabel di atas, kuesioner yang telah diisi oleh 120 responden pada penelitian ini, seluruh pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel yang pada penelitian ini adalah 0,1793.

Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas untuk mengukur sejauh mana kuesioner yang digunakan dalam penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan teknik Cronbach's Alpha, yang menilai tingkat konsistensi internal dari item-item dalam instrumen penelitian. Nilai Cronbach's Alpha yang mendekati 1 menunjukkan bahwa kuesioner memiliki tingkat kehandalan yang tinggi, sedangkan nilai yang rendah mengindikasikan bahwa instrumen tersebut kurang konsisten dan mungkin perlu diperbaiki. Pengujian ini penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan variabel yang diukur, sehingga hasil penelitian lebih akurat dan valid.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,896	27

Gambar 1. Hasil Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada gambar di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha sebesar 0,896 atau sebesar $0,8 > 0,5$. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan pada penelitian ini reliabel dengan kategori reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menentukan apakah residual dalam suatu model regresi berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis statistik. Dalam penelitian ini, uji normalitas akan dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, yang membandingkan distribusi data sampel dengan distribusi normal. Jika hasil uji menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan, maka residual dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil, maka data tidak mengikuti distribusi normal, sehingga perlu dilakukan penyesuaian atau transformasi data. Uji ini penting untuk memastikan validitas model regresi yang digunakan, sehingga hasil analisis lebih akurat dan dapat dipercaya.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,01981490
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,034
	Negative	-,069
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 atau sebesar $0,2 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Hasil Uji Korelasi

Uji korelasi untuk mengukur sejauh mana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, baik dalam arah positif maupun negatif. Salah satu metode yang sering digunakan adalah uji korelasi Spearman, yang cocok untuk data berjenis ordinal atau ketika

hubungan antara variabel tidak linier. Uji ini bekerja dengan menilai keteraturan hubungan antar peringkat data, sehingga dapat mengidentifikasi apakah perubahan pada satu variabel diikuti oleh perubahan yang konsisten pada variabel lainnya. Hasil dari uji ini ditunjukkan melalui koefisien korelasi, di mana nilai mendekati 1 atau -1 menunjukkan hubungan yang kuat, sementara nilai mendekati 0 menandakan hubungan yang lemah atau tidak ada hubungan. Dengan demikian, uji korelasi Spearman menjadi alat penting dalam analisis data untuk memahami keterkaitan antar variabel dalam penelitian.

		Correlations							
		hc	sc	rc	tc	bc	cc	kb	
Spearman's rho	hc	Correlation Coefficient	1,000	,088	,278**	,187	,223*	,105	,316**
		Sig. (2-tailed)	.	,342	,002	,040	,014	,254	,000
		N	120	120	120	120	120	120	120
	sc	Correlation Coefficient	,088	1,000	,236**	,074	,105	,135	,123
		Sig. (2-tailed)	,342	.	,009	,422	,252	,141	,180
		N	120	120	120	120	120	120	120
	rc	Correlation Coefficient	,278**	,236**	1,000	-,023	,240**	,246**	,226*
		Sig. (2-tailed)	,002	,009	.	,803	,008	,007	,013
		N	120	120	120	120	120	120	120
	tc	Correlation Coefficient	,187*	,074	-,023	1,000	,135	,165	,221*
		Sig. (2-tailed)	,040	,422	,803	.	,140	,071	,015
		N	120	120	120	120	120	120	120
	bc	Correlation Coefficient	,223*	,105	,240**	,135	1,000	,017	,040
		Sig. (2-tailed)	,014	,252	,008	,140	.	,856	,665
		N	120	120	120	120	120	120	120
	cc	Correlation Coefficient	,105	,135	,246**	,165	,017	1,000	-,127
		Sig. (2-tailed)	,254	,141	,007	,071	,856	.	,168
		N	120	120	120	120	120	120	120
	kb	Correlation Coefficient	,316**	,123	,226*	,221*	,040	-,127	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,180	,013	,015	,665	,168	.
		N	120	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 3. Hasil Uji Korelasi

Berdasarkan hasil uji korelasi pada gambar di atas dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai signifikansi *human capital* sebesar $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak
- Nilai signifikansi *structural capital* sebesar $0,180 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H2 ditolak.
- Nilai signifikansi *relational capital* sebesar $0,013 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan H0 ditolak.
- Nilai signifikansi *technological capital* sebesar $0,015 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima dan H0 ditolak
- Nilai signifikansi *business capital* sebesar $0,665 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H5 ditolak
- Nilai signifikansi *customer capital* sebesar $0,168 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H6 ditolak

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan uji F adalah untuk mengevaluasi apakah variabel independen secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa model yang digunakan dapat menjelaskan hubungan antara variabel dengan baik. Jika hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan, maka model regresi yang digunakan dianggap valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Sebaliknya, jika hasilnya tidak signifikan, maka model tersebut mungkin perlu diperbaiki atau menggunakan pendekatan lain. Dengan demikian, uji F membantu dalam menentukan kesesuaian model sebelum digunakan dalam pengambilan keputusan atau penelitian lebih lanjut.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,392	6	4,899	4,648	,000 ^b
	Residual	119,108	113	1,054		
	Total	148,500	119			

a. Dependent Variable: kb
b. Predictors: (Constant), cc, bc, sc, tc, hc, rc

Gambar 4. Hasil Uji F

Berdasarkan hasil uji hipotesis f menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Human Capital terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Human capital merupakan kombinasi dari keahlian, pengalaman, dan juga pengetahuan SDM yang dimiliki oleh unit usaha. Berdasarkan olah data dan uji korelasi spearman menunjukkan bahwa *human capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai korelasi positif 0,316 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas *human capital* dalam sebuah unit usaha, semakin besar pula dampaknya terhadap peningkatan kinerja bisnis.

Pengaruh Structural Capital terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Structural capital merupakan realisasi dari struktur kepemimpinan yang ada dalam perusahaan, di mana Baron(2011) menyatakan bahwa *structural capital* merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam membentuk kebiasaan yang sesuai. Berdasarkan olah data dan uji korelasi spearman menunjukkan bahwa *structural capital* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan dengan nilai-nilai korelasi positif 0,123 dan nilai signifikansi $0,180 > 0,05$. Hal tersebut dapat diuraikan bahwa *structural capital* tidak memiliki pengaruh yang tidak

signifikan, di mana peningkatan *structural capital* tidak menjamin adanya peningkatan kinerja bisnis

Pengaruh Relational Capital terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Relational capital merupakan pengetahuan yang berlandaskan pada interaksi anatar individu baik dalam intern unit usaha maupun eksternal unit usaha. Berdasarkan olah data dan uji korelasi spearman menunjukkan bahwa *relational capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai korelasi 0,226 dan signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$.

Pengaruh Technological Capital terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Technological capital merupakan segala bentuk aset non keuangan berupa penerapan dan penggunaan teknologi yang dilakukan oleh sebuah unit usaha. Berdasarkan olah data dan uji korelasi spearman menunjukkan bahwa *technological capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai korelasi positif 0,221 dan nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$.

Penerapan *technological capital* yang baik dapat meningkatkan efisiensi pelaksanaan kegiatan bisnis. Penerapan *technological capital* yang baik dapat membantu sebuah unit usaha dalam meningkatkan *human capital* melalui pelatihan yang berdasarkan perkembangan teknologi guna mempermudah dan mempercepat proses pelaksanaan kegiatan bisnis. Penerapan *technological* yang baik juga dapat memberikan nilai tambah berupa meningkatnya *relational capital* dan *customer capital* dengan memanfaatkan teknologi terbaru guna mempermudah komunikasi antara unit usaha terhadap pihak lain.

Pengaruh Business Capital terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Business capital merupakan segala bentuk usaha yang dilakukan oleh unit usaha guna membangun hubungan yang baik antar sesama unit usaha. Berdasarkan olah data dan uji korelasi spearman menunjukkan bahwa *business capital* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan dengan nilai korelasi positif 0,040 dan signifikansi sebesar $0,665 > 0,05$. Hal tersebut dapat diuraikan bahwa *business capital* tidak memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang ekonomi kreatif.

Pengaruh Customer Capital terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Customer capital merupakan aset atau modal yang berfokus pada kemampuan sebuah unit usaha dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Berdasarkan olah data dan uji korelasi spearman menunjukkan bahwa *customer capital* memiliki pengaruh negatif dan signifikan dengan nilai korelasi negatif 0,127 dan nilai signifikansi $0,168 > 0,05$. tersebut dapat diuraikan bahwa *customer capital* tidak memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang ekonomi kreatif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal intelektual terhadap kinerja bisnis UMKM bidang ekonomi kreatif yang bergerak di sub bidang *fashion* dan kecantikan. Berdasarkan pembahasan yang ditampilkan di bab IV, dapat diperoleh kesimpulan Modal intelektual memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis, *Human capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang ekonomi kreatif dengan sebagai variabel yang memiliki nilai korelasi tertinggi, *Structural capital* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang ekonomi kreatif, *Relational capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang ekonomi kreatif, *Technological capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang ekonomi kreatif, *Business capital* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang ekonomi kreatif, *Customer capital* memiliki korelasi negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang ekonomi kreatif.

Hasil dari penelitian ini menghasilkan sebuah saran dari temuan dan kekurangan yaitu UMKM dapat memperhatikan dengan lebih teliti komponen yang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam mengembangkan bisnis UMKM terutama untuk UMKM di bidang ekonomi kreatif, UMKM dapat menjadikan komponen yang memiliki pengaruh positif sebagai bagian dari landasan pengambilan keputusan, UMKM tetap memperhatikan komponen yang berpengaruh negatif sebagai bagian dari evaluasi yang dimiliki uni usaha.

DAFTAR REFERENSI

- Agus, M. (2009). *Sistem informasi: Konsep dan aplikasi*. Yogyakarta.
- Akuntansi, S., Bisnis, F., Maranatha, K., & Chandra, H. (2021). Pengungkapan modal intelektual. *Jurnal Akuntansi*, 13(1), 1–11. Retrieved from <http://journal.maranatha.edu>
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Intellectual capital: A modern model to measure the value creation in a business. *International Journal of Economics, Business and Management*, 5(2). <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.2>
- Amalia, L., Rokhyadi, A., & Prodi Manajemen Universitas Mercu Buana Yogyakarta, D. (2020). Performance of the advertising, printing, and media subsectors listed on the Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 187–200. Retrieved from <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Andika, S., & Dewi Astini. (2022). Pengaruh intellectual capital terhadap profitabilitas dalam perspektif syariah. *Jurnal Akuntansi Syariah (JAS)*, 6(2), 228–244. <https://doi.org/10.46367/jas.v6i2.849>
- Angelica Cindiyasari, S., Junarsin, E., Ayu Nani, D., & Septiani, E. (2022). Does intellectual capital affect financial performance? An empirical evidence from financial companies in Indonesia.

- Aprilianti, N., Surtiani, A., & Johan, A. (2023). Business performance MSMEs Bandung City: The role of marketing mix strategy and service quality (Study at Sambel Mitoha Restaurant Bandung). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6). Retrieved from <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi penelitian: Suatu pendekatan proposal*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Azzahra, K. (2016). *Pengaruh human capital, structural capital dan relational capital terhadap kinerja koperasi dengan competitive advantage sebagai variabel intervening*. Universitas Esa Unggul.
- Baron, A. (2011). Measuring human capital. *Strategic HR Review*, 10(2), 30–35. <https://doi.org/10.1108/14754391111108338>
- Bontis, N. (2001). Assessing knowledge assets: A review of the models used to measure intellectual capital. *International Journal of Management Reviews*, 3(1), 41–60.
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Thrassou, A., & Sakka, G. (2022). Impact of firm's intellectual capital on firm performance: A study of Indian firms and the moderating effects of age and gender. *Journal of Intellectual Capital*, 23(1), 103–126. <https://doi.org/10.1108/JIC-12-2020-0378>
- De Gregorio, J., Edwards, S., & Valdés, R. (2000). Controls on capital inflows: Do they work? *Journal of Development Economics*, 63(1), 59–83. Retrieved from <https://EconPapers.repec.org/RePEc:eee:deveco:v:63:y:2000:i:1:p:59-83>
- Dewi, H. R., Mutiara, L., & Dewi, C. (2020). Modal intelektual dan nilai perusahaan pada industri jasa dan pertambangan di Indonesia. *National Conference of Accounting and Finance (NCAF)*, 2, 132–143. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol2.art11>
- García Castro, J. P., Duque Ramírez, D. F., & Moscoso Escobar, J. (2021). The relationship between intellectual capital and financial performance in Colombian listed banking entities. *Asia Pacific Management Review*, 26(4), 237–247. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.03.002>
- Ghozali, I. (2016). *Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk akuntansi, bisnis dan ilmu sosial lainnya*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. H. (2020). Pengaruh intellectual capital terhadap profitabilitas pada perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 20(2), 6624567. <https://doi.org/10.30596/jrab.v20i2.5855>
- Hariyati, & Nuswantara, D. A. (2018). Contingent factors participatory budgeting, internal processes performance and business performance: A case of manufacturing companies in Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 15(1), 15–30.
- Hartini, S. (2012). *Peran inovasi: Pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis*. Malang: Universitas Negeri Malang Press.
- Hasan, I. (2002). *Metodologi penelitian dan aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan ekonomi kreatif sektor UMKM di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(2), 125–138. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p125-138>
- Hassan, I. (2006). *Teknik penyusunan instrumen tes dan non-tes*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Julia Permadani, D. A. (2020). *Analisis pengaruh modal intelektual terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/83790/>
- Kamal, M. A. (2017). Intellectual capital and firm performance in Indonesia: The moderating role of corporate governance. *Asian Journal of Accounting and Governance*, 8, 99–108. <https://doi.org/10.17576/AJAG-2017-08-09>
- Kartika, A. (2020). Pengaruh modal intelektual terhadap kinerja keuangan dengan competitive advantage sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(3), 468–482. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2020.11.3.27>
- Kasmir. (2014). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lestari, A. P., & Nugroho, M. A. (2021). Pengaruh modal intelektual terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor manufaktur di BEI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 16(1), 72–83. <https://doi.org/10.24843/JIAB.2021.v16.i01.p06>
- Lubis, I., & Sari, D. (2019). The effect of intellectual capital on firm performance: Evidence from manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Business and Management Invention*, 8(6), 45–52.
- Marr, B. (2018). *Data-driven HR: How to use analytics and metrics to drive performance*. London: Kogan Page Publishers.
- Mavridis, D. G. (2004). The intellectual capital performance of the Japanese banking sector. *Journal of Intellectual Capital*, 5(1), 92–115. <https://doi.org/10.1108/14691930410512941>
- Mohtar, S., Nasir, A., & Said, R. (2015). Intellectual capital and its impact on financial performance: Evidence from Malaysian financial institutions. *Asian Economic and Financial Review*, 5(7), 1066–1078. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr/2015.5.7/102.7.1066.1078>
- Naz, F., Ijaz, F., & Naqvi, F. (2016). Financial performance analysis (comparative study of Islamic and conventional banks of Pakistan). *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(4), 138–146.
- Nawaz, T., & Haniffa, R. (2017). Determinants of financial performance of Islamic banks: An intellectual capital perspective. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 8(2), 130–142. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2016-0071>
- Nimtrakoon, S. (2015). The relationship between intellectual capital, firms' market value and financial performance: Empirical evidence from the ASEAN. *Journal of Intellectual Capital*, 16(3), 587–618. <https://doi.org/10.1108/JIC-09-2014-0104>
- Nugroho, P. I., & Hidayah, N. (2020). Pengaruh modal intelektual terhadap kinerja keuangan pada perusahaan sektor properti, real estate, dan konstruksi bangunan di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 17(1), 1–15. <https://doi.org/10.21002/jaki.2020.01>
- Pulic, A. (2000). VAIC™ – An accounting tool for IC management. *International Journal of Technology Management*, 20(5–8), 702–714. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2000.002891>
- Randa, F., & Solon, P. (2012). Intellectual capital and financial performance: Evidence from Indonesian banking industry. *Asian Journal of Accounting and Finance*, 4(1), 65–78.

- Rizal, N., & Lestari, D. (2019). Pengaruh modal intelektual terhadap kinerja perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 23(2), 101–114. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol23.iss2.art3>
- Stewart, T. A. (1997). *Intellectual capital: The new wealth of organizations*. New York: Doubleday/Currency.
- Suhendah, R. (2012). Pengaruh modal intelektual terhadap kinerja keuangan perusahaan publik di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.21002/jaki.2012.01>
- Sveiby, K. E. (1997). *The new organizational wealth: Managing & measuring knowledge-based assets*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Ulum, I. (2017). *Intellectual capital: Model pengukuran, framework pengungkapan dan kinerja organisasi*. Yogyakarta: UII Press.
- Wijayanti, D., & Susanto, H. (2019). Pengaruh modal intelektual terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(2), 280–292. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2019.10.2.15>
- Youndt, M. A., Subramaniam, M., & Snell, S. A. (2004). Intellectual capital profiles: An examination of investments and returns. *Journal of Management Studies*, 41(2), 335–361. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2004.00435.x>