

**ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI MODAL INTELEKTUAL  
PADA PERUSAHAAN FINTECH DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

Nama : R. Aj. Nandya Astri Gupitasari  
Nomor Mahasiswa : 15311186  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Keuangan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2019**

**ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI MODAL INTELEKTUAL  
PADA PERUSAHAAN FINTECH DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk  
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen Fakultas  
Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : R. Aj. Nandya Astri Gupitasari  
Nomor Mahasiswa : 15311186  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Keuangan

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2019**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis atau diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 22 Mei 2019

Penulis,



R.Aj. Nandya Astri Gupitasari

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI MODAL INTELEKTUAL  
PADA PERUSAHAAN FINTECH DI YOGYAKARTA**

Nama : R. Aj. Nandya Astri Gupitasari

Nomor Mahasiswa : 15311186

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

Yogyakarta, 15 Mei 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Abdur Raftk, SE., M.Sc.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI MODAL INTELEKTUAL PADA PERUSAHAAN  
FINTECH DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **R.AJ. NANDYA ASTRI GUPITASARI**  
Nomor Mahasiswa : **15311186**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 26 Juni 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Abdur Rafik, SE., M.Sc.

Penguji : Nur Rahmah Tri Utami, SE., M.Soc.Sc.,CMA



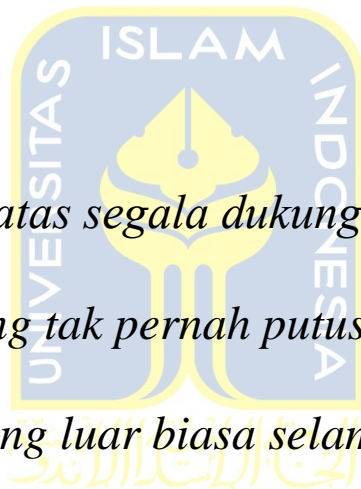
Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



*[Signature]*  
Ika Stryana, SE., M.Si, Ph.D.

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

*SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK  
PAPA MOKO DAN MAMA VIVI TERSAYANG*



*“Terimakasih atas segala dukungan yang tak pernah henti, doa yang tak pernah putus dan kasih sayang yang luar biasa selama ini”*

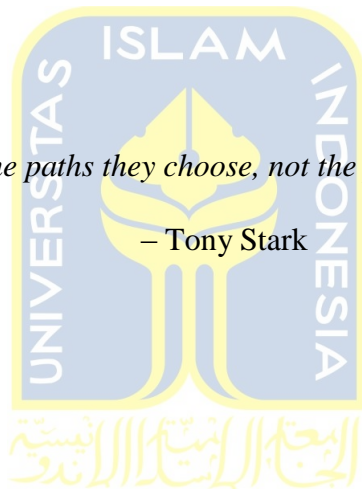
## MOTTO

*"Don't forget to say Hamdalah and read Shalawat, wherever and whenever."*

Mama

*"Heroes are made by the paths they choose, not the powers they are graced with."*

– Tony Stark



*"Make the past as an experience, the present as an attempt, and the future as a*

*hope"* – Me, My self and I

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti anteseden dan konsekuensi modal intelektual pada perusahaan fintech di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, dengan jumlah responden sebanyak 131 responden. Modal intelektual terdiri dari modal intelektual manusia, modal intelektual relasional dan modal intelektual struktural. Untuk mencapai modal intelektual dibutuhkan modal sosial dan berbagi pengetahuan. Modal sosial terdiri dari modal sosial struktural, modal sosial relasional dan modal sosial kognitif. Konsekuensi dari modal intelektual adalah inovasi dimana juga dipengaruhi oleh atribut lingkungan antara lain ancaman lingkungan, dinamisme pasar, dan gangguan teknologi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh positif signifikan terhadap berbagi pengetahuan dan berbagi pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap modal intelektual. Sedangkan modal intelektual dan atribut lingkungan tidak berpengaruh terhadap inovasi.

Kata kunci: Anteseden, konsekuensi, financial technology, modal sosial, berbagi pengetahuan dan modal intelektual.



## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the antecedents and consequences of intellectual capital in Fintech companies in Yogyakarta. This study uses data obtained from the distribution of questionnaires, with the number of respondents as much as 131 respondents. Intellectual capital consists of human intellectual capital, relational intellectual capital and structural intellectual capital. To achieve intellectual capital, social capital and knowledge sharing are needed. Social capital consists of structural social capital, relational social capital and cognitive social capital. The consequence of intellectual capital is innovation where it is also influenced by environmental attributes such as environmental hostility, market dynamism, and technological turbulence. The analysis technique used in this study is Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show significant positive social capital towards sharing knowledge and sharing significant positive knowledge of intellectual capital. While intellectual capital and environmental anticipation do not support innovation.*

*Keywords: Antecedents, consequences, financial technology, social capital, knowledge sharing and intellectual capital.*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Anteseden dan Konsekuensi Modal Intelektual pada Perusahaan Fintech di Yogyakarta”. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S-1 Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Kedua orang tua saya, Papa (R. Bambang Herimoko P W S) dan Mama (R.Ay. Irvia Yoniati) yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
2. Kakak dan adik saya, R.M Rachmadi Bagus Asparendra dan R.Aj. Nadila Bunga Afatesa
3. Bapak Dosen Pembimbing Abdur Rafik S.E., M.Sc.
4. Teruntuk Fauzan Anwaruddin, terimakasih telah menjadi pemberi semangat terbesar bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini, terimakasih telah melangkah bersama dan selalu ada dalam suka maupun duka.
5. Sekar Kinanti, Ramadhanty Sekar, Fauzia Olga, Nadya Dwinasti, Mega Anindia dan Galang Ardi selaku sahabat yang selalu mendukung dan membantu saya dalam pembuatan skripsi ini.

6. Erisna Tri Darmawati, Alwi Ahsani, Irfan Kamal dan Keluarga Lantai 3 yang sama-sama berjuang menggapai mimpi-mimpi dan tempat berkeluh kesah selama kuliah di Yogyakarta.
7. Tim *Marketing and Communication* yang telah memberikan pengalaman berharga selama berkuliah di Universitas Islam Indonesia.
8. Keluarga Assistant ERP 2018/2019 yang terimakasih telah memberikan canda dan tawa sebagai satu tim yang hebat.
9. Sahabatku SMA, Ken Arike, Dimas Septianto, Ibnu Adhi dan Rizky Radivan yang selalu menghiburku dan selalu ada.
10. Para responden penelitian dan pihak-pihak lain yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam memperlancar penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini belum sepenuhnya sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan di kemudian hari. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi pembaca untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta berguna untuk penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 15 Mei 2019

Penulis,

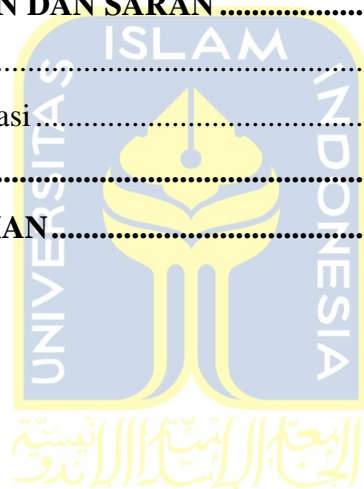
R.Aj. Nandya Astri Gupitasari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BERITA ACARA UJIAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Kontribusi Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 <i>Financial Technology</i> dalam Dunia Keuangan .....	10
<b>2.2 Perusahaan Fintech di Yogyakarta</b> .....	<b>11</b>
2.3 Modal Intelektual dan Teori-teorinya.....	13
2.3.1 Modal Intelektual.....	13
2.3.2 Teori-teori Modal Intelektual.....	15
2.3.2.1 Stakeholder Theory .....	15
2.3.2.2 Legitimacy Theory .....	16

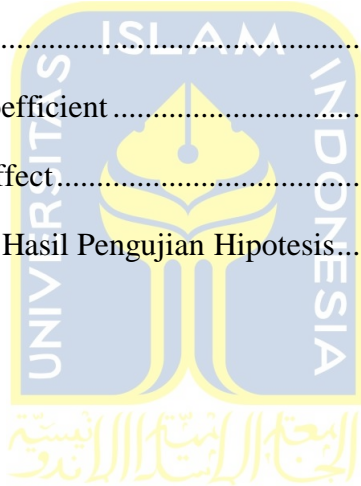
2.4 Hubungan Modal Sosial, Berbagi Pengetahuan dan Modal Intelektual.....	17
2.4.1 Modal Sosial vs Modal Intelektual .....	17
2.4.2 Modal Sosial vs Berbagi Pengetahuan.....	18
2.4.3 Berbagi Pengetahuan vs Modal Intelektual .....	19
2.5 Hubungan Modal Intelektual dengan Inovasi.....	19
2.6 Hubungan Inovasi dengan Atribut Lingkungan .....	20
2.7 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis .....	21
2.7.1 Modal Sosial dan Berbagi Pengetahuan .....	21
2.7.2 Berbagi Pengetahuan dan Modal Intelektual .....	23
2.7.3 Modal Intelektual dan Inovasi .....	25
2.7.4 Inovasi dan Atribut Lingkungan.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Populasi dan Sampel.....	29
3.2 Data dan Instrumen Penelitian.....	29
3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	30
3.5 Teknik Analisis Data .....	43
3.5.1 Pengujian Model Pengukuran .....	43
3.5.1.1 Uji Validitas.....	43
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.5.2 Pengujian Model Struktural .....	44
3.6 Model Penelitian.....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	49
4.2 Statistik Deskriptif Variabel .....	53
4.3 Hasil Uji.....	56
4.3.1 Hasil Pengujian Pengukuran .....	56
4.3.2 Hasil Pengujian Model Struktural .....	60
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	61
4.5 Diskusi Hasil atau Pembahasan.....	67
4.5.1 Pengaruh modal sosial struktural terhadap berbagi pengetahuan.....	67
4.5.2 Pengaruh modal sosial relasional terhadap berbagi pengetahuan.....	68

4.5.3 Pengaruh modal sosial kognitif terhadap berbagi pengetahuan.....	68
4.5.4 Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap modal intelektual relasional.	69
4.5.5 Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap modal intelektual manusia. ..	70
4.5.6 Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap modal intelektual struktural.	71
4.5.7 Pengaruh modal intelektual relasional terhadap inovasi.....	72
4.5.8 Pengaruh modal intelektual manusia terhadap inovasi.....	73
4.5.9 Pengaruh modal intelektual struktural terhadap inovasi.....	73
4.5.10 Pengaruh ancaman lingkungan terhadap inovasi. ....	74
4.5.11 Pengaruh dinamisme pasar terhadap inovasi. ....	75
4.5.12 Pengaruh gangguan teknologi terhadap inovasi. ....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran dan Implikasi.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>80</b>
<b>PUSTAKA TAMBAHAN</b> .....	<b>83</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Pengukurannya .....	29
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden.....	47
Tabel 4.3 Tingkat Hambatan.....	49
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif .....	51
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Pengukuran .....	53
Tabel 4.6 Hasil Koefisien Determinasi .....	57
Tabel 4.7 Effect Size .....	57
Tabel 4.8 Hasil Path Coefficient .....	58
Tabel 4.9 Hasil Total Effect.....	60
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	26
Gambar 3.1 Model Pertama Inovasi (Y) = Kapabilitas Inovasi (KI).....	44
Gambar 3.2 Model Pertama Inovasi (Y) = Sumber Inovasi (SI) .....	44
Gambar 3.3 Model Pertama Inovasi (Y) = Inovasi Inkremental (INN).....	45





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2. Hasil Pengujian Model Penelitian Satu .....	91
Lampiran 3. Hasil Pengujian Model Penelitian Kedua.....	92
Lampiran 4. Hasil Pengujian Model Penelitian Ketiga.....	93



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, teknologi dan informasi berkembang semakin pesat. Hal ini berdampak pada perkembangan perekonomian di Indonesia. Berbagai industri berkompetisi mengambil kesempatan dari adanya fenomena ini, salah satunya industri keuangan. Fasilitas dan sistem keuangan turut berubah mengikuti adanya kemajuan teknologi. Penerapan teknologi dalam sistem keuangan dikenal sebagai *Financial Technology* (fintech). Fintech di Indonesia telah berkembang cukup lama diikuti dengan kemunculan perusahaan *start-up* yang saat ini bergerak di bidang fintech (Wulan, 2017).

Pemilihan fintech menjadi *platform* bisnis yang populer saat ini didukung oleh beberapa faktor. Pertama, dilihat dari penggunaan internet masyarakat Indonesia. Hasil survei yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia berjumlah 143.260.000 pengguna. Kedua, investasi besar-besaran dilakukan oleh perusahaan dalam bidang teknologi. Teknologi dijadikan alat utama untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan mengimplementasikannya ke dalam proses bisnis. Ketiga, teknologi dibutuhkan untuk memenuhi keinginan pasar. Jangkauan yang luas, kemudahan akses dan variasi produk yang inovatif lahir karena adanya teknologi.

Jumlah perusahaan fintech di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perusahaan fintech di akhir tahun 2018 berjumlah 164. Angka tersebut akan terus bertambah seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap fintech. Kehadiran fintech menjadikan masyarakat melek terhadap teknologi. Hal ini dikarenakan fintech secara nyata memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh terbukanya lapangan pekerjaan, kemudahan layanan dan yang terpenting pemerataan tingkat kesejahteraan penduduk.

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang cukup pesat dalam perkembangan teknologi keuangan. Terkenal sebagai kota pelajar membuat kota ini menjadi sasaran empuk para pebisnis khususnya bidang fintech. Berdasarkan hasil *mapping* dan database startup Indonesia tahun 2018 menunjukkan bahwa Yogyakarta menyumbang 5,44% start-up di Indonesia dimana hampir 4% merupakan startup fintech. Hal ini dikarenakan pengetahuan masyarakat yang sudah tidak asing lagi dengan teknologi. Fintech telah menjadi tren yang terus berkembang dan hadir di kehidupan bermasyarakat. Misalnya pada sistem pembayaran, transaksi pinjaman, investasi bahkan pembiayaan kegiatan usaha yang semuanya berbasis digital. Selain itu, semakin berkembangnya pula lembaga-lembaga pemerintah di Yogyakarta yang terus mengedukasi masyarakat terkait teknologi keuangan. Salah satunya BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) yang bertanggung jawab dalam pengelolaan ekonomi kreatif di Indonesia.

Perusahaan fintech dituntut untuk terus berinovasi. Inovasi dilakukan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk dapat bertahan dalam kompetisi di pasar. Dalam melakukan inovasi, pengetahuan menjadi sumber daya yang utama. Melalui pengetahuan, aspek nilai tambah manusia seperti visi, kewirausahaan, konsep dan pengalaman dapat ditambahkan ke dalam sebuah informasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan (Gomber, Koch, & Siering, 2017). Untuk memiliki kemampuan berinovasi, setiap perusahaan memiliki pendekatan yang berbeda-beda, hal ini berkaitan erat dengan bagaimana mereka memanfaatkan sumber-sumber pengetahuan yang disebut modal intelektual (Subramaniam, Youndt, Subramaniam, & Youndt, 2016).

Dalam literatur, isu tentang modal intelektual merupakan diskursus yang menarik. Perkembangan bisnis yang dinamis menuntut para pelaku bisnis untuk memiliki kemampuan bersaing yang tinggi. Perusahaan tidak hanya membutuhkan modal yang besar secara kuantitatif tetapi juga kualitatif. Investasi yang mulanya dilakukan pada aset yang berwujud saja kini beralih ke dalam aset tidak berwujud. Modal intelektual menjadi fokus utama perusahaan karena dinilai memiliki manfaat yang lebih.

Menurut OECD (1999), Tan, Plowman & Hancock, (2008), modal intelektual dideskripsikan sebagai nilai ekonomi dalam aset tidak berwujud perusahaan yang terdiri dari dua aspek yaitu modal organisasional (struktural) dan modal manusia. Modal intelektual merupakan bentuk dari aset tidak berwujud atau juga sumber daya tidak berwujud, sumber daya intelektual atau sumber daya dan kapasitas berdasarkan pengetahuan yang dikombinasikan

dengan modal berwujud sehingga menghasilkan nilai tambah bagi organisasi atau wilayah atau negara (Pedro, Leitão, & Alves, 2018). Menurut Bontis (2001), Sveiby (2001), Cenciarelli, Greco, & Allegrini, (2018), modal intelektual dipandang sebagai kunci utama dalam sumber daya, hal ini dikarenakan di dalam modal intelektual terjadi proses penciptaan sebuah nilai.

Modal intelektual terdiri dari tiga komponen yaitu modal intelektual manusia, modal intelektual struktural dan modal intelektual relasional (Herremans et al., 2011; Mention dan Bontis, 2013; MatMIRano, 2016; Wee dan Chua, 2016; Buenechea-Elberdin, 2017; Allameh, 2018). Modal intelektual manusia merupakan seperangkat pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan aset sosial karyawan yang terbentuk melalui proses seperti pendidikan, pelatihan, dan rencana karir dimana nantinya akan menghasilkan kepuasan dan peningkatan kinerja karyawan serta organisasi (Marimuthu *et al.*, 2009; Allameh, 2018). Sedangkan modal intelektual struktural adalah hal-hal yang dapat memberikan nilai lebih suatu organisasi dibandingkan aset berwujud seperti database, struktur organisasi, instruksi proses, dan strategi (Bahrami *et al.*, 2011; Allameh, 2018). Kemudian modal intelektual relasional didefinisikan sebagai aset-aset yang mengatur dan mengelola hubungan perusahaan dengan lingkungannya seperti pelanggan, pemegang saham, pemasok, pesaing, pemerintah, masyarakat dan lembaga publik (Hsu dan Fang, 2009; Han dan Li, 2015; Chahal dan Bakshi, 2015; Allameh, 2018).

Modal intelektual telah mengalami sejumlah tahap pengembangan mulai dari definisi, model, pengukuran dan penerapannya dalam menyelesaikan permasalahan dalam bisnis dan manajemen (Tan et al., 2008). Dalam beberapa penelitian sering dijumpai modal intelektual dijadikan sebagai indikator dalam mengukur nilai suatu perusahaan saja. Sebagai contoh pada penelitian yang dilakukan oleh Jordão & de Almeida (2017), modal intelektual berkontribusi dalam apa yang dihasilkan perusahaan secara keseluruhan dalam jangka waktu panjang yang dapat dilihat dari segi *return* dan profitabilitas.

Berdasarkan paparan di atas peneliti mencoba untuk mengeksplorasi modal intelektual dari sudut pandang lain. Peneliti telah menemukan isu-isu menarik terkait modal intelektual. Menurut Zerenler *et al.*, (2008), Dumay *et al.*, (2013), Buenechea-Elberdin, (2017), Allameh, (2018) penting bagi kita mempelajari tentang apa yang dapat memperkuat dan bagaimana mengukur modal intelektual serta dampaknya terhadap inovasi sebuah organisasi. Berlandaskan pernyataan tersebut diasumsikan bahwa modal intelektual tidak dengan sendirinya mempengaruhi inovasi akan tetapi terdapat faktor-faktor yang mendahului yang disebut sebagai anteseden. Sementara itu inovasi menjadi akibat dari adanya anteseden dalam kata lain disebut sebagai konsekuensi. Oleh sebab itu diperlukan penelitian tentang anteseden dan konsekuensi modal intelektual.

Penelitian sebelumnya telah menemukan beberapa faktor yang dapat menjadi anteseden dan konsekuensi modal intelektual. Dalam penelitian

Allameh (2018) ditemukan bahwa komponen-komponen seperti modal sosial, berbagi pengetahuan, dan modal intelektual berperan penting dalam proses inovasi sebuah organisasi. Tidak hanya itu, untuk mencapai keberhasilan sebuah inovasi dibutuhkan dukungan modal sosial, berbagi pengetahuan, dan modal intelektual (Wu et al., 2008; Delgado-Verde et al., 2014; Chahal and Bakshi, 2015; Chitsazan et al., 2017; Allameh, 2018). Sehingga pemahaman secara luas terkait hubungan komponen di atas perlu dikaji ulang.

Penelitian terkait anteseden dan konsekuensi modal intelektual belum banyak dilakukan khususnya di Indonesia. Beberapa penelitian hanya membahas terkait pengungkapan modal intelektual saja dan mengabaikan komponen-komponen pembentuknya. Penelitian sebelumnya juga tidak mengaitkan modal intelektual dengan isu-isu terkini seperti perkembangan teknologi keuangan atau fintech yang menarik untuk dilakukan. Sehingga penelitian tentang anteseden dan konsekuensi modal intelektual pada perusahaan fintech perlu dilakukan.

Dengan demikian fintech hadir sebagai solusi untuk menjawab tantangan bisnis dengan mengkombinasikan model bisnis inovasi dan teknologi. Berdasarkan uraian tersebut, mempelajari pengetahuan dan aset tidak berwujud dalam suatu perusahaan itu penting. Oleh karena itu, penelitian terkait anteseden dan konsekuensi modal intelektual kiranya perlu dilakukan. Penelitian ini berupaya untuk memperoleh faktor apa saja yang mempengaruhi dan diberikan dampak oleh modal intelektual khususnya pada perusahaan fintech di Yogyakarta.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan di atas, maka hal yang mendasari mengapa penelitian ini penting dilakukan adalah masih terbatasnya penelitian terkait anteseden dan konsekuensi modal intelektual pada perusahaan fintech di Yogyakarta dengan melihat hubungan antara modal sosial, berbagi pengetahuan, modal intelektual dan inovasi.

## 1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pertanyaan penting penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah modal sosial yang terdiri dari modal sosial struktural, relasional dan kognitif berpengaruh terhadap berbagi pengetahuan perusahaan fintech di Yogyakarta?
2. Apakah berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap modal intelektual perusahaan fintech di Yogyakarta?
3. Apakah modal intelektual yang terdiri dari modal intelektual relasional, manusia dan struktural berpengaruh terhadap inovasi perusahaan fintech di Yogyakarta?
4. Apakah atribut lingkungan yang terdiri dari ancaman lingkungan, dinamisme pasar dan gangguan teknologi berpengaruh terhadap inovasi perusahaan fintech di Yogyakarta?



#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Merujuk pada penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh modal sosial yang terdiri dari modal sosial struktural, relasional dan kognitif berpengaruh terhadap berbagi pengetahuan perusahaan fintech di Yogyakarta
2. Untuk menguji pengaruh berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap modal intelektual perusahaan fintech di Yogyakarta.
3. Untuk menguji pengaruh modal intelektual yang terdiri dari modal intelektual relasional, manusia dan struktural berpengaruh terhadap inovasi perusahaan fintech di Yogyakarta.
4. Untuk menguji pengaruh atribut lingkungan yang terdiri dari ancaman lingkungan, dinamisme pasar dan gangguan teknologi berpengaruh terhadap inovasi perusahaan fintech di Yogyakarta.

#### **1.5. Kontribusi Penelitian**

##### **1. Kontribusi Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini akan berkontribusi terhadap pengembangan teori modal intelektual dimana berkaitan dengan faktor apa yang mendahului modal intelektual dan dampaknya terhadap inovasi organisasi khususnya pada perusahaan fintech di Yogyakarta.

## 2. Kontribusi Praktis

Secara praktis, penelitian ini akan berkontribusi bagi para pengambil kebijakan dalam mempertimbangkan keputusan terkait modal intelektual dengan tetap memperhatikan faktor yang mendahului seperti modal sosial dan berbagi pengetahuan yang dapat berdampak pada inovasi organisasi khususnya perusahaan fintech di Yogyakarta.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### **2.1 *Financial Technology* dalam Dunia Keuangan**

Perkembangan teknologi dan informasi begitu pesat. Segala aktivitas bisnis mengalami perubahan akibat adanya fenomena ini termasuk sistem keuangan. Sistem keuangan kini tidak terbatas ruang dan waktu, semua dapat dilakukan secara digital berkat adanya teknologi. Teknologi berperan penting dengan munculnya istilah *Financial Technology* (Fintech). Fintech berasal dari kata *financial* dan *technology* yang dideskripsikan sebagai hubungan antara teknologi yaitu internet dengan aktivitas bisnis jasa keuangan (Gomber et al., 2017). Sedangkan menurut Bank Indonesia, “*Teknologi Finansial (Fintech) merupakan penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.*”

Perusahaan Fintech memiliki model bisnis baru yang menjanjikan, lebih fleksibel, aman, efisien, dan berpeluang daripada layanan keuangan yang sebelumnya ada (Lee, 2015). Kemunculan perusahaan dan *start-up* berbasis Fintech di Indonesia dimulai sudah cukup lama. Namun, sejak Asosiasi Fintech Indonesia (AFI) berdiri di tahun 2005, para pebisnis berlomba-lomba untuk membangun bisnis ini. Ada yang memulai dengan mendirikan *start-up* ada pula

mereka yang sudah lama berinovasi dengan menambahkan dan mengembangkan produk Fintech.

Penyelenggaraan bisnis berbasis Fintech di Indonesia sudah sangatlah terbuka. Bank Indonesia selaku fasilitator dan lembaga yang mengatur sistem keuangan telah menerbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) mengenai Teknologi Finansial dan *Regulatory Sandbox*. Selain itu, OJK juga berperan penting dalam mengatur dan mengawasi jenis usaha sektor keuangan yang menggunakan teknologi. Para pebisnis diwajibkan untuk mendaftarkan usaha dan *start-up* mereka yang berbasis Fintech ke OJK. Tak hanya itu, OJK juga memastikan perlindungan dan keamanan konsumen dalam bertransaksi secara online.

## **2.2 Perusahaan Fintech di Yogyakarta**

Teknologi dibutuhkan untuk memenuhi keinginan pasar. Jangkauan yang luas, kemudahan akses dan variasi produk yang inovatif lahir karena adanya teknologi. Teknologi dapat membawa perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan mengimplementasikannya ke dalam proses bisnis. Investasi besar-besaran dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan teknologi. Fintech merupakan suatu fenomena yang membawa evolusi transaksi dan layanan dalam dunia keuangan di kehidupan sehari-hari. Mulai dari *start-up* hingga perusahaan besar berlomba-lomba dalam mengembangkan fintech.

Fintech hadir untuk memperbaiki sistem finansial dengan mengandalkan perangkat lunak (*software*). Tak heran beberapa perusahaan yang mengembangkan produk dan layanan fintech sebenarnya memiliki *core business*

sebagai perusahaan teknologi informasi. Salah satu contoh perusahaan yang mengembangkan layanan fintech antara lain seperti PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) dengan produk layanannya berupa Tcash. Kemudian ada juga perusahaan yang muncul memang untuk memberikan layanan fintech seperti PT Gojek Indonesia dengan produknya berupa aplikasi Gojek. Meski begitu, produk dan layanan fintech tetap didominasi oleh perusahaan berbasis keuangan. Sebagai contoh adalah PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (BTPN) dengan produk dan layanan fintech terbaru mereka yakni aplikasi Jenius. Jenius merupakan aplikasi yang dapat membantu seseorang untuk mengatur hidup dan keuangan sehari-harinya. Selain itu, beberapa bank komersil lainnya juga menghadirkan produk fintech seperti Bank Mandiri dengan layanan Mandiri Online dan Bank Central Asia (BCA) dengan layanan BCA Mobile.

Layanan transaksi pembayaran dan pembelian berbasis fintech berkembang pesat beberapa tahun terakhir ini. Penyebarannya merata di seluruh wilayah Indonesia khususnya Yogyakarta. Yogyakarta merupakan kota yang menunjukkan pertumbuhan signifikan tiap tahunnya. Infrastruktur yang memadai dan lokasi yang strategis membuat kota ini tumbuh menjadi pusat perekonomian. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2019, perekonomian Yogyakarta tumbuh sebesar 6,20%, meningkat signifikan dibanding pertumbuhan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 5,26%. Berdasarkan data Bank Indonesia tentang Kajian Ekonomi dan Keuangan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) tahun 2019, masifnya pembangunan proyek infrastruktur di Yogyakarta mampu mendorong investasi tumbuh sebesar 11,50%. Lembaga-lembaga pemerintah

seperti BEKRAF juga telah hadir di Yogyakarta dalam membantu mengedukasi masyarakat terkait teknologi keuangan. Dengan demikian, beberapa perusahaan di industri keuangan khususnya bidang fintech ternama telah banyak melayangkan sayapnya di kota ini.

Perusahaan fintech terus tumbuh berkembang di Yogyakarta. Dimana perusahaan tersebut fokus terhadap penggunaan teknologi pada sistem keuangan. Dalam menciptakan teknologi perusahaan fintech memanfaatkan pengetahuan sebagai sumber daya utama. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Allameh (2018), modal intelektual berkontribusi dalam menciptakan nilai perusahaan melalui pengetahuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa modal intelektual dan perusahaan fintech merupakan hal yang saling berkaitan.

## **2.3 Modal Intelektual dan Teori-teorinya**

### **2.3.1 Modal Intelektual**

Dalam bidang keuangan, modal intelektual termasuk ke dalam aset tidak berwujud. Aset tidak berwujud merupakan suatu aktiva yang tidak memiliki wujud fisik namun dapat menghasilkan sesuatu. Menurut Ulum (2009), secara umum modal intelektual diidentifikasi sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan dengan nilai buku dari aset perusahaan. Modal intelektual merupakan kombinasi aset tidak berwujud yang secara langsung tidak muncul dalam laporan keuangan. Secara sederhana, modal intelektual adalah semua sumber daya tidak berwujud seperti pengetahuan dan kemampuan baik yang dimiliki oleh individu maupun organisasi yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai keunggulan

kompetitif perusahaan ( Stewart 1997; Kang and Snell 2009; Su, Journal, & January, 2018).

Melihat dari sudut pandang strategik, dengan menggunakan pengetahuan modal intelektual dapat menciptakan dan memperluas nilai perusahaan. Modal intelektual berkontribusi sebagai sumber daya non keuangan dan non moneter dalam menciptakan dan mendapatkan nilai perusahaan melalui pengetahuan (Allameh, 2018). Penciptaan nilai perusahaan merupakan suatu ukuran baru dalam mengukur keberhasilan bisnis. Perusahaan berlomba-lomba menjadikan hal ini sebagai tujuan mereka yaitu meningkatkan kemampuan secara jangka panjang melalui investasi pada sumber daya intelektual (Ulum, 2009).

Para peneliti mengklasifikasikan komponen-komponen modal intelektual secara berbeda. Modal intelektual terdiri dari enam komponen utama antara lain (1) *human capital*, (2) *structural capital*, (3) *customer capital*, (4) *organizational capital*, (5) *innovation capital* dan (6) *process capital* (Draper, 1997; Ulum, 2009). Sedangkan menurut Bontis (2001) modal intelektual terbagi menjadi tiga komponen yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. *Human capital* atau modal manusia dipersepsikan sebagai persediaan atau gudangnya pengetahuan yang meliputi keterampilan, keahlian, kemampuan pemecahan masalah dan gaya kepemimpinan dimana dapat digunakan, dibagi dan ditukarkan. *Structural capital* atau modal struktural memegang peran penting dalam implementasi struktur manajemen perusahaan yang meliputi arus

informasi, kebijakan, dan database. Terakhir, *relational capital* atau modal relasional merupakan aspek yang meliputi hubungan perusahaan dengan para *stakeholder*.

## 2.3.2 Teori-teori Modal Intelektual

### 2.3.2.1 Stakeholder Theory

*Stakeholder Theory* atau Teori *Stakeholder* merupakan suatu teori yang pertama kali dikembangkan oleh Freeman tahun 1984. Menurut Freeman (1984), *stakeholder* adalah kelompok atau individu yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh organisasi. Teori ini menjelaskan tentang kepada siapa saja perusahaan bertanggung jawab. Perusahaan perlu melaporkan segala aktivitas yang dianggap penting kepada para *stakeholder*. Teori ini membantu perusahaan untuk memahami keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan sehingga dapat dikelola secara efektif.

Berkaitan dengan modal intelektual, *stakeholder* memiliki peran dalam aktivitas manajerial perusahaan. Mereka memiliki kepentingan dan hak untuk memastikan bahwa manajer dapat mengelola organisasi dengan baik sehingga menghasilkan keuntungan bagi mereka. Untuk mencapai hal itu, para manajer perlu berupaya menciptakan nilai bagi perusahaan dengan cara memanfaatkan sumber daya potensial yang dimiliki. Sumber daya ini dapat berupa aset fisik seperti tanah, mesin dan peralatan.



Kemudian juga aset non fisik seperti karyawan termasuk di dalamnya modal intelektual. Oleh karena itu, stakeholder berkepentingan dalam mempengaruhi proses manajer dalam memanfaatkan sumber daya potensial ini (Ulum, 2009).

### **2.3.2.2 Legitimacy Theory**

Teori selanjutnya yang mendukung penjelasan modal intelektual adalah teori legitimasi. Teori legitimasi merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara organisasi dengan lingkungan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan mencari segala cara untuk menjamin aktivitas perusahaan tetap dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat secara berkelanjutan (Deegan, 2004; Ulum, 2009). Secara sederhana, teori ini beranggapan bahwa organisasi merupakan bagian dari masyarakat sehingga secara tidak langsung terdapat harapan-harapan sosial tentang bagaimana seharusnya organisasi beroperasi.

Berdasarkan teori legitimasi inilah dapat menunjukkan bahwa perusahaan perlu melakukan pengungkapan dalam laporan keuangan. Pengungkapan ini bertujuan untuk menginformasikan kepada publik tentang aktivitas organisasi yang sesuai dengan nilai sosial dan harapan masyarakat. Modal intelektual berkaitan erat dengan hal ini dimana perusahaan akan menggunakan kekayaan intelektualnya untuk memperoleh legitimasi dari publik.

Semua ini dilakukan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan di lingkungan masyarakat.

## **2.4 Hubungan Modal Sosial, Berbagi Pengetahuan dan Modal Intelektual**

### **2.4.1 Modal Sosial vs Modal Intelektual**

Kunci keberhasilan investasi sumber daya manusia terletak pada kemampuan modal intelektual. Pengembangan modal intelektual dalam organisasi menjadi perhatian yang cukup penting. Manusia dipandang sebagai sumber sekaligus wadah dalam pemanfaatan modal intelektual. Segala upaya mulai dari pelatihan, pembekalan dan pengembangan diri secara terus menerus dilakukan kepada karyawan dan anggota di dalam organisasi. Semua ini dilakukan dengan harapan memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Modal intelektual tidak dengan sendirinya tercipta, dibutuhkan adanya interaksi sosial di dalamnya. Interaksi sosial berperan sebagai perantara tersampainya informasi dan pengetahuan kepada setiap karyawan. Hal ini dapat tercermin dalam hubungan antara individu dan norma perilaku mereka yang disebut sebagai modal sosial. Modal sosial merupakan fasilitator organisasi dalam menciptakan sebuah nilai, manajemen pengetahuan, keunggulan kompetitif, peningkatan kinerja dan perkembangan perusahaan (Abili & Abili, 2011).

Modal sosial terbagi menjadi tiga yaitu dimensi struktural, kognitif dan relasional. Modal struktural mencakup bagaimana seseorang menentukan cara berkomunikasi satu sama lain yang nantinya akan membentuk pola jaringan,

kepadatan, konektivitas, dan hierarki. Kemudian modal relasional menggambarkan hubungan jaringan antar individu melalui tingkat kepercayaan, norma dan identifikasi bersama. Sementara modal kognitif meliputi tujuan, visi dan misi serta nilai-nilai yang ditanamkan organisasi pada anggotanya. Ketiganya secara bersama-sama membantu memperkuat pembentukan modal intelektual.

#### **2.4.2 Modal Sosial vs Berbagi Pengetahuan**

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup saling berinteraksi satu dengan yang lainnya. Komunikasi menjadi media penting dalam interaksi sosial ini. Secara tidak langsung dalam berkomunikasi terjadi pertukaran informasi dan pengalaman masing - masing individu. Proses ini juga mengakibatkan terjadinya saling Berbagi Pengetahuan. Sehingga dengan memiliki modal sosial seseorang dapat saling memperoleh dan membagikan pengetahuan mereka.

Modal sosial berperan sebagai alat manajemen untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien. Dengan kata lain, untuk mencapainya modal sosial berperan sebagai fasilitator berbagi pengetahuan, penciptaan nilai, keunggulan kompetitif dan peningkatan kinerja perusahaan secara berkelanjutan (Abili and Faraji, 2009). Selain itu, modal sosial dapat memfasilitasi kerja sama dan koordinasi timbal balik antar individu untuk kepentingan bersama dan memungkinkan mereka untuk bekerja secara kolektif.

### **2.4.3 Berbagi Pengetahuan vs Modal Intelektual**

Penciptaan modal intelektual dapat melalui dua proses yaitu kombinasi dan pertukaran pengetahuan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nahapiet, Janinen dan Ghoshal, Sumantra (1998), modal intelektual terbentuk melalui kombinasi pengetahuan dan pengalaman dari berbagai pihak yang berbeda. Sementara itu modal intelektual juga dapat terbentuk melalui pertukaran informasi dan perpindahan pengetahuan. Singkatnya untuk memaksimalkan modal intelektual para anggota dalam organisasi perlu saling Berbagi Pengetahuan.

Kegiatan saling berbagi atau bertukar pengetahuan yang berbeda baik dilakukan secara individu, kelompok atau organisasi disebut sebagai Berbagi Pengetahuan (Mc Adam *et al*, 2012; Allameh, 2018). Berbagi Pengetahuan juga dapat didefinisikan sebagai proses pengumpulan dan penyebaran pengetahuan yang juga berkontribusi terhadap pertukaran, penciptaan, serta penerapan kemampuan organisasi yang berbasis pengetahuan (Wang and Wang, 2012; Allameh, 2018). Oleh karena itu, Untuk memperkuat modal intelektual, pengetahuan perlu dibagikan dan diintegrasikan dengan pengetahuan khusus sehingga membentuk kemampuan perusahaan yang berbasis pengetahuan (Allameh, 2018).

### **2.5 Hubungan Modal Intelektual dengan Inovasi**

Globalisasi pasar dan persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis perlu mendesain dan memodifikasi ulang strategi mereka. Permintaan dan penawaran akan suatu barang dan jasa kini menjadi suatu hal yang dinamis dan

tak mudah ditebak. Adanya perubahan selera konsumen, kebijakan pemerintah dan kondisi pasar yang fluktuatif semakin mendesak perusahaan untuk segera mengambil keputusan. Melakukan inovasi menjadi solusi yang tepat untuk tetap bertahan dalam kompetisi.

Inovasi merupakan sebuah proses mengubah peluang menjadi ide-ide baru yang direalisasikan dalam bentuk tindakan (Tuan & Nhan, 2016). Ide, pengetahuan, dan keterampilan termasuk ke dalam aspek modal intelektual. Inovasi yang optimal dapat dicapai dengan memanfaatkan modal intelektual. Oleh karena itu melalui modal intelektual, inovasi berperan penting bagi perusahaan sebagai perangsang untuk mencapai organisasi yang unggul, berdaya saing, menguntungkan dan efisien (Fraj et al., 2015; Zhao dan Sun, 2016; Hall dan Sena, 2017; Li et al., 2017; Allameh, 2018).

## **2.6 Hubungan Inovasi dengan Atribut Lingkungan**

Memiliki keunggulan kompetitif sudah menjadi tujuan utama sebuah perusahaan. Untuk tetap dapat bertahan di pasar, perusahaan perlu melakukan strategi yang tepat. Terus menerus menciptakan produk baru, berinovasi dan memperhatikan lingkungan sekitar perlu diterapkan. Secara langsung faktor lingkungan dapat mempengaruhi aktivitas dan pengambilan keputusan sebuah perusahaan. Bentuk ancaman-ancaman lingkungan dapat meliputi kompetitor, perusahaan pengikut (*followers*), persaingan harga, dan risiko gagal. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Covin et.al (2000), kondisi sebuah pasar yang tidak bersahabat justru akan membuat perusahaan-perusahaan baik yang sudah perintis maupun pengikut akan terdorong untuk berkembang lebih maju dan

memperoleh keuntungan lebih. Kondisi pasar yang seperti inilah yang memicu perusahaan untuk pandai dalam mengambil kesempatan untuk lebih unggul daripada pesaing.

Tidak semua hal dapat dikendalikan oleh perusahaan, terlebih faktor eksternal. Dalam melakukan inovasi, salah satu faktor eksternal yang secara signifikan penting bagi perusahaan adalah pasar. Secara hukum ekonomi kondisi pasar berubah seiring dengan perubahan tingkat permintaan dan penawaran. Fenomena ini sering juga disebut sebagai dinamisme pasar. Dinamisme pasar adalah tingkat perubahan kondisi pasar seiring dengan perubahan komposisi pelanggan dan preferensinya (Jaworski & Kohli, 1993). Perubahan kondisi pasar juga sulit untuk diprediksi tentang apa yang akan terjadi di masa depan. Akibat dari adanya fenomena ini perusahaan dituntut untuk selalu dapat beradaptasi.

Selain ancaman lingkungan dan dinamisme pasar, hal lain yang dapat mempengaruhi inovasi adalah gangguan teknologi. Gangguan teknologi adalah tingkat perubahan suatu teknologi (Jaworski & Kohli, 1993). Selain adanya perubahan teknologi, gangguan teknologi muncul karena adanya perubahan informasi yang semakin pesat pula. Gangguan teknologi merujuk pada perubahan dalam proses produksi, pengenalan produk baru dan lain sebagainya. Hal ini dapat menjadi peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan. Fenomena ini biasanya akan mendorong perusahaan untuk terus melakukan inovasi.

## **2.7 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis**

### **2.7.1 Modal Sosial dan Berbagi Pengetahuan**

Modal sosial membantu perusahaan dalam menerapkan strategi penciptaan nilai. Interaksi antar karyawan dalam sebuah perusahaan menjadi salah satu indikator utama dalam keberhasilan penggunaan modal sosial. Semakin erat hubungan para anggotanya semakin mudah mereka menerima nilai-nilai yang diberikan organisasi. Namun, perlu adanya jaringan yang kuat untuk memfasilitasi pertukaran informasi antar individu. Oleh karena itu perlu adanya modal sosial untuk mencapai berbagi pengetahuan.

Menurut penelitian Allameh (2018), masing-masing aspek yang terdapat dalam modal sosial mempengaruhi berbagi pengetahuan. Aspek modal sosial struktural menggunakan individu sebagai akses melalui pengetahuan untuk mencapai berbagi pengetahuan. Kemudian aspek modal sosial relasional seperti partisipasi, *knowledge transfer*, dan inovasi menjadi faktor pendorong terjadinya berbagi pengetahuan. Sedangkan dari aspek kognitif dapat ditunjukkan melalui seberapa paham individu akan nilai dan tujuan yang hendak dicapai organisasi. Dalam kata lain aspek kognitif menunjukkan interpretasi dan konsep masing-masing individu.

Hasil penelitian Chow dan Chan (2008) menekankan bahwa pentingnya jejaring sosial, kepercayaan sosial dan tujuan bersama untuk mendorong berbagi pengetahuan. Faktanya, modal sosial struktural mempengaruhi berbagi pengetahuan melalui akses pengetahuan dan persyaratan tertentu seorang individu (Van den Hooff dan Huysman, 2009). Dimensi modal sosial relasional merupakan salah satu faktor yang

mempengaruhi berbagai pengetahuan dan sering dianggap sebagai salah satu pendorong utama berbagai pengetahuan (Kim dan Lee, 2010). Berdasarkan pernyataan diatas maka dirumuskan hipotesis seperti dibawah ini:

H1a : Modal sosial struktural berpengaruh positif terhadap berbagai pengetahuan.

H1b : Modal sosial relasional berpengaruh positif terhadap berbagai Pengetahuan.

H1c : Modal sosial kognitif berpengaruh positif terhadap berbagai pengetahuan.

### **2.7.2 Berbagai Pengetahuan dan Modal Intelektual**

Pengetahuan merupakan salah satu sumber daya penting yang dapat membantu organisasi memanfaatkan sumber daya lainnya secara lebih efisien. Pengetahuan juga menjadi salah satu komponen modal intelektual yang berperan penting dalam mencapai keunggulan kompetitif. Untuk memperkuat modal intelektual, pengetahuan perlu dibagikan dan diintegrasikan dengan pengetahuan khusus sehingga membentuk kemampuan perusahaan yang berbasis pengetahuan (Allameh, 2018).

Setiap komponen modal intelektual dipengaruhi oleh pengetahuan. Pertama, dilihat dari aspek modal intelektual manusia. Manusia dipersepsikan sebagai persediaan atau gudangnya pengetahuan. Mulai dari keterampilan, keahlian, kemampuan pemecahan masalah dan gaya kepemimpinan semua itu termasuk pengetahuan yang dapat digunakan,



dibagi dan ditukarkan (Bloodgood dan Chilton, 2012; Allameh, 2018). Kedua, aspek modal intelektual struktural memegang peran penting dalam implementasi struktur manajemen perusahaan yang meliputi arus informasi, kebijakan, dan database. Melalui berbagi pengetahuan dan informasi perusahaan dapat mencapai struktur manajemen yang efektif dan efisien. Ketiga, aspek modal intelektual relasional meliputi hubungan perusahaan dengan para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Untuk mencapainya perusahaan perlu menciptakan kerangka kerja yang dapat menunjukkan arah hubungan yang jelas dengan cara berbagi pengetahuan.

Hasil penelitian Hsu dan Sabherwal (2012), menyatakan bahwa dari sudut pandang manajemen pengetahuan, berbagi pengetahuan merupakan sumber daya utama untuk mengembangkan modal intelektual. Modal intelektual struktural melalui perencanaan dan penggunaan struktur manajemen yang lebih baik dapat diperoleh melalui proses pertukaran informasi dan pengetahuan dalam lingkungan pengambilan keputusan (Yoon et al., 2011). Organisasi juga perlu mengembangkan kerangka kerja sehingga melalui berbagi pengetahuan sehingga dapat menunjukkan aspek relasional misalnya seperti kepercayaan dan keandalan (Carmeli dan Azeroual, 2009). Berdasarkan paparan di atas maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2a : Berbagi pengetahuan berpengaruh positif terhadap modal intelektual relasional.

H2b : Berbagi pengetahuan berpengaruh positif terhadap modal intelektual manusia.

H2c : Berbagi pengetahuan berpengaruh positif terhadap modal intelektual struktural.

### **2.7.3 Modal Intelektual dan Inovasi**

Modal intelektual adalah seperangkat pengetahuan dan informasi dalam perusahaan yang dapat membantu meningkatkan nilai sebuah produk dan jasa melalui intelegensi dengan memanfaatkan modal keuangan (Allameh, 2018). Dari sisi lain inovasi merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan konsumen dengan memberikan nilai tambah pada saat penciptaan produk dan jasa. Dengan demikian penggunaan modal intelektual akan meningkat seiring dengan tingginya intensitas kegiatan inovasi perusahaan.

Melihat fenomena bisnis saat ini cenderung fokus terhadap keberhasilan perusahaan secara berkelanjutan. Inovasi secara terus menerus perlu dilakukan perusahaan dengan cara mengelola dan memanfaatkan modal intelektual secara optimal. Modal intelektual yang kuat akan dicapai jika perusahaan memiliki sistem dan prosedur yang didukung budaya berwirausaha. Dengan demikian para individu dalam organisasi terdorong untuk berpikir inovatif (Lee et al., 2011; Costa et al., 2014; Allameh, 2018).

Inovasi dianggap sebagai pusat untuk menciptakan produk dan layanan yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan (Zerenler et al.,

2008). Nilai tambah ini dapat diperoleh dari penggunaan modal intelektual (Chahal and Bakshi, 2015). Modal intelektual juga memiliki peran dalam inovasi yakni dapat meningkatkan kurva pertumbuhan banyak perusahaan dan membuka pasar baru. Oleh karena itu perlu meningkatkan modal intelektual mereka, untuk menciptakan pendekatan yang mendorong inovasi (Dumay et al., 2013). Dari penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3a : Modal intelektual relasional berpengaruh positif terhadap inovasi.

H3b : Modal intelektual manusia berpengaruh positif terhadap inovasi.

H3c : Modal intelektual struktural berpengaruh positif terhadap inovasi.

#### **2.7.4 Inovasi dan Atribut Lingkungan**

Inovasi merupakan suatu proses pengembangan dan pembaharuan produk atau layanan. Inovasi menjadi salah satu strategi pilihan dilakukan oleh perusahaan secara berkelanjutan. Dalam mengembangkan inovasi, lingkungan memainkan peran penting. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Martínez-Pérez, García-Villaverde, & Elche, (2016) ancaman lingkungan, dinamisme pasar dan gangguan teknologi menjadi faktor untuk mengukur lingkungan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Covin et al. (2000) menemukan bahwa dalam melakukan inovasi perusahaan perlu memperhatikan ancaman lingkungan yang berasal dari perusahaan pendiri dan pengikut. Sehingga ancaman lingkungan berpengaruh negatif terhadap inovasi.

Ketidakpastian dan perubahan kondisi pasar secara tidak langsung mendorong perusahaan melakukan sesuatu yang baru (Jaworski and Kohli, 1993). Teknologi selalu dikaitkan dengan inovasi, namun keberadaanya tidak selalu mendukung (Jaworski and Kohli, 1993). Sehingga dinamisme pasar dan gangguan teknologi berpengaruh positif terhadap inovasi. Berdasarkan paparan di atas maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4a : Ancaman lingkungan berpengaruh negatif terhadap inovasi.

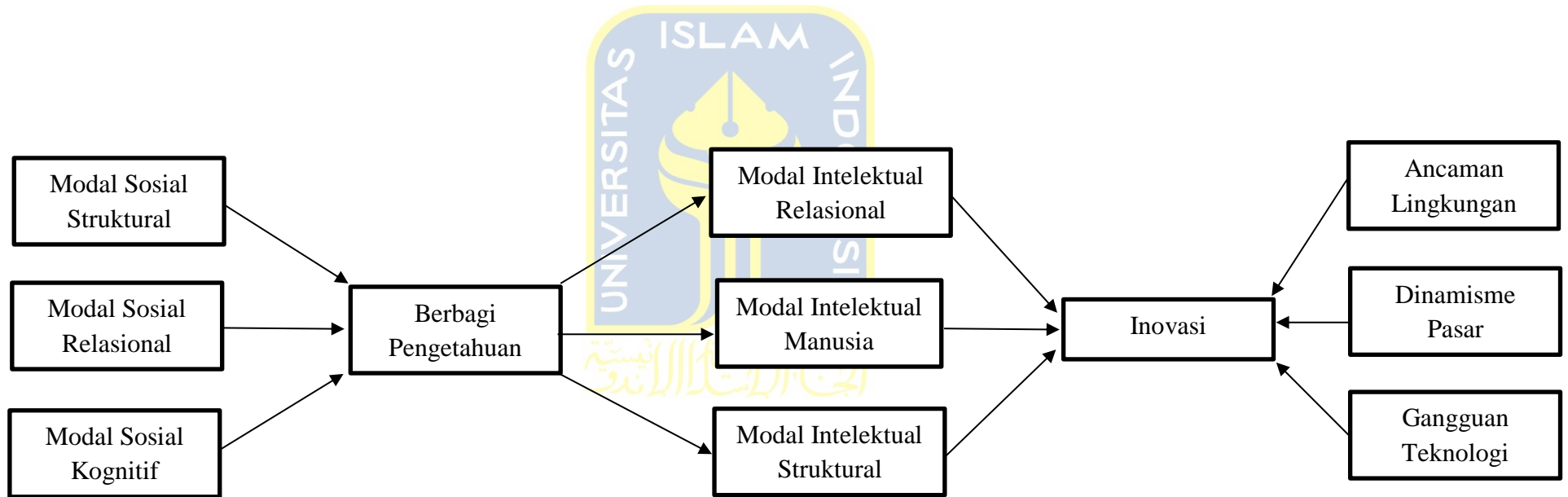
H4b : Dinamisme pasar manusia berpengaruh positif terhadap inovasi.

H4c : Gangguan Teknologi berpengaruh positif terhadap inovasi.



Gambar di bawah ini merupakan model yang digunakan dalam penelitian ini.

**Gambar 2. 1 Model Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah individu atau kelompok yang bekerja di perusahaan fintech di Yogyakarta. Sedangkan sampel penelitian ini adalah individu atau kelompok yang bekerja dan memiliki jabatan sebagai pemilik bisnis (*owner*), manajer lini atas, tengah, bawah dan karyawan *frontline* di perusahaan fintech di Yogyakarta. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini minimal 10 kali dari jumlah indikator terbanyak dalam pengukuran satu variabel (Joe F. Hair Jr, Sarstedt, Lucas Hopkins, & Volker G. Kuppelwieser, 2014). Pada penelitian ini memiliki indikator terbanyak sejumlah 9 indikator, maka sampel minimum yang harus dipenuhi adalah 90 sampel.

#### **3.2 Data dan Instrumen Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung tanpa adanya perantara dalam kata lain melalui sumber asli. Untuk mengumpulkan informasi dari para responden, data primer diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah tersusun dan terstruktur.

Dengan demikian instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah kuisioner. Kuisioner ini menggunakan skala likert untuk mengukur sejumlah pertanyaan yang diberikan. Skala likert merupakan skala untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seorang individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial tertentu. Skala ini

menggunakan rentang nilai sebagai alternatif jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Rentang nilai ini menunjukkan sikap setuju atau tidak setuju atas pertanyaan dan pernyataan yang diberikan dengan beban skor 5(SS= Sangat Setuju), 4 (S= Setuju), 3 (CS= Cukup Setuju), 2 (TS= Tidak Setuju), 1 (STS= Sangat Tidak Setuju) (Sugiyono, 2014). Variabel yang menggunakan skala likert antara lain modal sosial, berbagi ilmu pengetahuan, modal intelektual dan atribut lingkungan. Sedangkan untuk mengukur inovasi, variabel diubah kedalam bentuk variabel dummy dengan rentang nilai 1= Ya dan 0=Tidak.

### **3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya**

#### **1. Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen sering disebut juga sebagai variabel terikat. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas. Maka berdasarkan teori diatas variabel dependen dalam penelitian ini adalah modal sosial dan modal intelektual.

#### **2. Variabel Independen (X)**

Variabel independent merupakan variabel yang tidak terikat dalam kata lain yaitu variabel bebas. Variabel inilah yang berperan untuk mempengaruhi variabel terikat atau variabel dependen. Variabel ini juga memiliki pengaruh negatif atau positif bagi variabel terikatnya. Sehingga dalam penelitian ini inovasi menjadi variabel independen.

**Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Pengukurannya**

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
X (independen)	Modal Sosial Struktural	Modal sosial struktural didefinisikan sebagai tingkat kontak dan aksesibilitas karyawan dengan rekan kerja lainnya.	(Kim et al., 2013).	Di perusahaan, saya memiliki hubungan yang sangat baik dengan rekan kerja saya.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSS1
				Rekan kerja saya mengetahui pengetahuan yang saya miliki kaitannya dengan kewenangan kerja saya	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSS2
				Saya mengetahui pengetahuan apa saja yang relevan untuk masing-masing rekan kerja saya.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSS3
				Di perusahaan saya, saya tahu siapa saja yang memiliki pengetahuan yang relevan dengan kewenangan kerja saya.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSS4



Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
X (independen)	Modal Sosial Relasional	Modal sosial relasional merupakan tingkat kemauan karyawan untuk menjadi rentan terhadap tindakan orang lain.	(Kim et al., 2013).	Saya merasa dekat dan nyambung dengan rekan kerja saya.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSR1
				Saya tahu rekan kerja saya akan selalu membantu jika saya mengalami kesulitan.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSR2
				Saya dapat mempercayai rekan kerja saya untuk memberikan bantuan jika saya membutuhkannya.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSR3
				Saya dapat mengandalkan rekan kerja saya ketika membutuhkan dukungan dalam pekerjaan.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSR4
X (independen)	Modal Sosial Kognitif	Modal sosial kognitif sejauh mana tujuan, visi dan misi dengan karyawan lainnya.	(Kim et al., 2013).	Saya dan rekan kerja selalu sepemahaman tentang apa yang penting di tempat kerja.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSK1

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
				Saya dan rekan kerja selalu memiliki ambisi dan visi yang sama di tempat kerja.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSK2
				Saya dan rekan kerja selalu antusias dalam mencapai tujuan dan misi kolektif perusahaan	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSK3
				Budaya dan gaya manajemen perusahaan kami memiliki kesamaan dengan budaya dan gaya kami	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MSK4
X (independen)	Berbagi Pengetahuan	Berbagi Pengetahuan adalah suatu proses komunikasi organisasi baik dari dalam maupun luar yang bertujuan untuk transfer pengetahuan antar karyawan.	(Khazaei Pool et al., 2014).	Di perusahaan saya, ketika seorang karyawan mempelajari hal baru, dia akan selalu membagi hal baru tersebut ke rekan kerjanya yang lain.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	BP1

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
				Di dalam perusahaan saya, karyawan mendapatkan lebih banyak pengetahuan melalui pertukaran informasi satu sama lain.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	BP2
				Di perusahaan saya, berbagi pengetahuan satu sama lain adalah hal yang biasa.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	BP3
				Di perusahaan saya, karyawan saling berbagi pengalaman mereka.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	BP4
X (independen)	Modal Intelektual Relasional	Modal intelektual relasional merupakan aspek yang meliputi hubungan perusahaan dengan pelanggan, pemegang saham, pemasok, pesaing, pemerintah, lembaga publik, dan masyarakat.	(Wang et al., 2014)	Perusahaan kami memiliki hubungan yang stabil dan baik dengan mitra kerja strategis.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIR1
				Perusahaan kami menyelesaikan masalah melalui kolaborasi yang efektif.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIR2

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
X (independen)	Modal Intelektual Manusia	Modal intelektual manusia merupakan suatu proses yang meliputi kegiatan pendidikan, pelatihan dan rencana karir yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan, pengetahuan, ketrampilan, nilai dan aset sosial karyawan yang nantinya akan memberikan kepuasan kinerja baik bagi karyawan maupun perusahaan.	(Wang et al., 2014)	Karyawan di perusahaan kami memiliki keterampilan yang unggul dalam pekerjaan dan fungsi kerja tertentu.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIM1
				Perusahaan kami menyediakan program pelatihan yang terancang dengan baik.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIM2
				Perusahaan kami memiliki karyawan yang kreatif.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIM3
				Karyawan di perusahaan kami memiliki pengalaman kerja yang sesuai untuk digunakan dalam menyelesaikan pekerjaan secara baik.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIM4
				Perusahaan kami merespon perubahan dengan sangat cepat.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIM5

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
				Perusahaan kami memberi penekanan pada pengembangan pasar baru.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIM6
X (independen)	Modal Intelektual Struktural	Modal intelektual struktural merupakan suatu implementasi struktur manajemen perusahaan yang meliputi arus informasi, kebijakan, dan database (Bahrami et al., 2011).	(Wang et al., 2014)	Budaya dan atmosfer organisasi kami fleksibel dan nyaman.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIS1
				Secara keseluruhan prosedur operasi perusahaan kami sangat efisien.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIS2
				Perusahaan kami menjaga interaksi yang sesuai dengan para pemangku kepentingannya.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIS3
				Perusahaan kami mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	MIS4

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
X (independen)	Ancaman Lingkungan	Ancaman lingkungan merupakan risiko atau hal yang dapat membahayakan kegiatan operasional perusahaan.	(Covin et al, 2000).	Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, presentase perusahaan yang gagal tinggi.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	AL1
				Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, prosentase harga produk tinggi.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	AL2
				Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, jumlah kompetitor tinggi.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	AL3
X (independen)	Dinamisme Pasar	Dinamisme pasar adalah tingkat perubahan kondisi pasar seiring dengan perubahan komposisi pelanggan dan preferensinya.	(Covin et al, 2000).	Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, pilihan dan selera konsumen berubah sangat cepat.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	DP1
				Konsumen baru memiliki pilihan dan selera produk yang berbeda dengan konsumen lama.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	DP2

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
				Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, konsumen terus mencari produk baru.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	DP3
X (independen)	Gangguan Teknologi	Gangguan teknologi adalah tingkat perubahan suatu teknologi.	(Covin et al, 2000).	Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, teknologi berubah dengan cepat.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	GT1
				Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, perubahan teknologi menjadi peluang penting bagi perusahaan.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	GT2
				Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, perkembangan teknologi di tahun mendatang sulit diprediksi.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	GT3

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
				Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, perkembangan teknologi memunculkan banyak ide baru tentang produk.	1= STS 2= TS 3= CS 4= S 5= SS	GT4
X (independen)	Inovasi Inkremental	Inovasi Inkremental adalah kegiatan inovasi perusahaan dalam pengembangan produk, proses dan layanan yang signifikan.	(Doloreux & Shearmur, 2010).	Apakah selama tiga tahun terakhir terjadi pengembangan produk/layanan yang signifikan di perusahaan anda?	1= Ya 0= Tidak	INN1
				Apakah selama tiga tahun terakhir terjadi pengembangan proses produksi yang signifikan di perusahaan anda?	1= Ya 0= Tidak	INN2
				Apakah selama tiga tahun terakhir terjadi pengembangan proses pengantaran yang signifikan di perusahaan anda?	1= Ya 0= Tidak	INN3
				Apakah selama tiga tahun terakhir terjadi pengembangan pemasaran dan penjualan yang signifikan di perusahaan anda?	1= Ya 0= Tidak	INN4
				Apakah selama tiga tahun terakhir terjadi pengembangan strategi bisnis yang signifikan di perusahaan anda?	1= Ya 0= Tidak	INN5



Jenis Variabel	Variabel		Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
				Apakah selama tiga tahun terakhir terjadi pengembangan teknik manajerial yang signifikan di perusahaan anda?	1= Ya 0= Tidak	INN6
				Apakah selama tiga tahun terakhir terjadi pengembangan teknik pemasaran yang signifikan di perusahaan anda?	1= Ya 0= Tidak	INN7
X (independen)	Kapabilitas Inovasi	Kapabilitas inovasi merupakan kemampuan perusahaan dalam mengakses pengetahuan dan informasi kemudian mengubahnya menjadi produk, proses dan layanan baru.	(Doloreux & Shearmur, 2010).	Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan Anda telah menjalankan aktivitas riset dan pengembangan di dalam perusahaan Anda sendiri (In House R&D)?	1= Ya 0= Tidak	KI1
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan Anda telah menjalankan aktivitas riset dan pengembangan dari luar perusahaan Anda (External R&D)?	1= Ya 0= Tidak	KI2
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan Anda telah melakukan pembelian perangkat keras elektronik?	1= Ya 0= Tidak	KI3

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan Anda telah memperoleh pengetahuan dari luar perusahaan?	1= Ya 0= Tidak	KI4
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan Anda telah melakukan penelitian pasar?	1= Ya 0= Tidak	KI5
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan Anda telah pelatihan karyawan secara internal atau eksternal?	1= Ya 0= Tidak	KI6
X (independen)	Sumber Inovasi	Sumber inovasi atau pengetahuan didefinisikan sebagai aktor yang digunakan untuk mendapatkan akses ke pengetahuan yang dibutuhkan dalam proses inovasi.	(Doloreux & Shearmur, 2010).	Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan telah mengakses informasi dari pelanggan atau konsumen?	1= Ya 0= Tidak	SI1
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan telah mengakses informasi dari klien atau mitra?	1= Ya 0= Tidak	SI2
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan telah mengakses informasi dari perusahaan konsultan?	1= Ya 0= Tidak	SI3

Jenis Variabel	Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Indikator	Skala	Kode Indikator
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan telah mengakses informasi dari kompetitor?	1= Ya 0= Tidak	SI4
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan telah mengakses informasi dari universitas atau kampus?	1= Ya 0= Tidak	SI5
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan telah mengakses informasi dari lembaga penelitian?	1= Ya 0= Tidak	SI6
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan telah mengakses informasi dari kementerian atau lembaga pemerintahan?	1= Ya 0= Tidak	SI7
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan telah mengakses informasi dari jurnal-jurnal akademik?	1= Ya 0= Tidak	SI8
				Apakah selama tiga tahun terakhir perusahaan telah mengakses informasi dari konferensi atau seminar nasional?	1= Ya 0= Tidak	SI9

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Dalam melakukan analisis data peneliti menggunakan model persamaan struktural atau *Structural Equation Modelling* (SEM). SEM merupakan teknis analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan konsep model dengan variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) akan tetapi diukur melalui indikator-indikator (L Hengky dan Imam Ghozali, 2015). Variabel penelitian yang dilakukan bersifat abstrak sehingga peneliti menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Square-SEM*).

Hair et al., (2014) dalam buku yang berjudul *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling* memaparkan bahwa terdapat beberapa tahapan dalam pengujian model SEM. Pertama, melakukan pengujian model pengukuran yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Kedua, melakukan pengujian model struktural yakni menguji hubungan antar konstruk. Adapun tahapan pengujiannya adalah sebagai berikut:

#### **3.5.1 Pengujian Model Pengukuran**

##### **3.5.1.1 Uji Validitas**

Validitas merupakan suatu ketepatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan setiap indikator atau item pertanyaan dalam mengukur variabel penelitian. Menurut Sarstedt (2014), untuk menganalisis validitas dapat menggunakan skala Validitas Konvergen. Skala ini melihat sejauh mana korelasi antara satu konstruk dengan konstruk yang reflektif atau memiliki

pemahaman konsep sama. Dikatakan valid apabila nilai *Average Variance Extracted* (AVE) lebih besar dari 0.50 dan nilai *outer loading* di atas 0.70 (Ghozali and Latan, 2015). Nilai *outer loading* bisa 0.60 untuk jenis penelitian exploratory (Hair et al., 2014).

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu keandalan atau konsistensi sebuah alat ukur. Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat keandalan atau konsistensi sebuah kuisioner penelitian. Keandalan ini dapat dilihat apabila kuisioner dicobakan berulang kali pada sekelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama juga. Pengujian ini dilakukan dengan cara menghitung koefisien *cronbach alpha* pada setiap indikator dalam suatu variabel. Jika nilai *cronbach alpha* > 0,7 maka indikator tersebut dapat dikatakan *reliabel* atau mempunyai keterandalan. Reliabilitas sebuah kuesioner dapat ditunjukkan dengan nilai *composite reliability* lebih dari 0,6 (Hair et al., 2011).

### 3.5.2 Pengujian Model Struktural

Pengujian model struktural memiliki tujuan untuk mengetahui sebab-akibat dari setiap variabel yang diuji. Selanjutnya, pengujian model struktural dilakukan melalui proses berikut ini:

1. *Coefficient of determination* ( $R^2$ ), merupakan varian atau ukuran yang menjelaskan kemampuan variabel independen memengaruhi variabel

dependen.  $R^2$  memiliki rentang nilai antara 0 sampai dengan 1, semakin tinggi nilainya semakin tinggi tingkat akurasi prediksinya.

2. Pengaruh ukuran  $f^2$ , untuk menguji kebaikan suatu model diperlukan evaluasi koefisien determinan pada setiap konstruk. Tolak ukur untuk menilai  $f^2$  adalah nilai 0.02, 0.15, 0.35 dimana masing-masing berarti kecil, menengah, dan besar relevansi prediktif pada konstruk endogen tertentu.
3. *Significance and Relevance of Path Coefficients*, untuk melihat kekuatan hubungan dan relevansi antar konstruk yang dihipotesiskan. Koefisien jalur memiliki nilai standar -1 dan 1. Semakin mendekati nilai 1 maka kekuatan hubungan semakin positif. Kemudian signifikansi level yang digunakan antara lain 1%, 5% dan 10%.

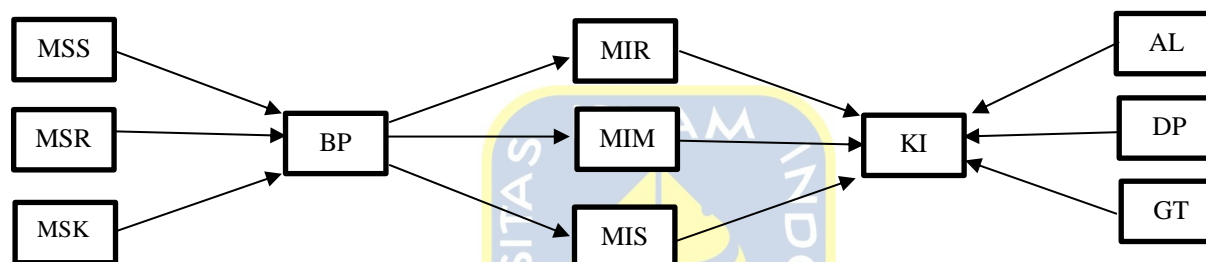
### **3.6 Model Penelitian**

Dalam penelitian ini untuk mengukur variabel dependen (Y) yaitu inovasi dapat diukur menggunakan tiga ukuran. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Doloreux & Shearmur (2010), untuk mengukur inovasi dapat dilihat dari inovasi inkremental, kapabilitas inovasi dan sumber inovasi. Inovasi inkremental yaitu kegiatan inovasi perusahaan dalam pengembangan produk, proses dan layanan yang signifikan. Kapabilitas inovasi merupakan kemampuan perusahaan dalam mengakses pengetahuan dan informasi kemudian mengubahnya menjadi produk, proses dan layanan baru. Sumber inovasi atau pengetahuan didefinisikan sebagai aktor yang digunakan untuk mendapatkan akses ke pengetahuan yang

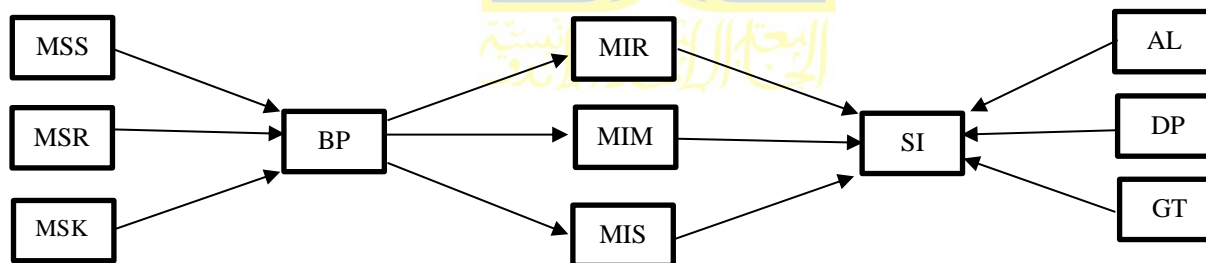
dibutuhkan dalam proses inovasi. Dengan demikian menghasilkan tiga model yang dapat dilihat pada gambar 3.1, 3.2, dan 3.3.



**Gambar 3.1 Model Pertama Inovasi (Y) = Kapabilitas Inovasi (KI)**

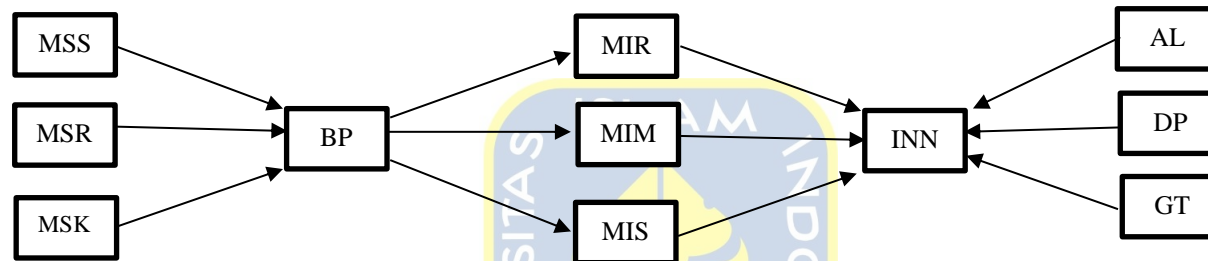


**Gambar 3.2 Model Kedua Inovasi (Y) = Sumber Inovasi (SI)**





**Gambar 3.3 Model Ketiga Inovasi (Y) = Inovasi Inkremental (SI)**



Variabel	Keterangan	Variabel	Keterangan	Variabel	Keterangan
MSS	Modal Sosial Struktural	MI	Modal Intelektual	INN	Inovasi Inkremental
MSR	Modal Sosial Relasional	MIS	Modal Intelektual Struktural	KI	Kapabilitas Inovasi
MSK	Modal Sosial Kognitif	MIM	Modal Intelektual Manusia	AL	Ancaman Lingkungan
MS	Modal Sosial	MIR	Modal Intelektual Relasional	DP	Dinamisme Pasar
BP	Berbagi Pengetahuan	SI	Sumber Inovasi	GT	Gangguan Teknologi

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik bisnis (*owner*), manajer baik dari lini atas, tengah maupun bawah dan karyawan *frontline* yang bekerja di Perusahaan Fintech yang berada di Yogyakarta. Berdasarkan pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner secara langsung dan online diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah
Kuisioner yang diterima	131
Kuisioner yang memenuhi syarat	131

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diberi kesimpulan bahwa total kuisioner yang memenuhi syarat dan layak digunakan untuk dilakukan analisis adalah sebanyak 131 kuisioner. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah penjelasan tentang profil responden. Adapun masing-masing karakteristik responden secara jelas dan lengkap akan dipaparkan pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden**

Variabel	Freq	(%)	Median	Standar Deviasi	Skewness	Kurtosis
<b>Jenis Kelamin (n=131)</b>						
1 Laki-laki	61	46.6%	2.00	0.50	-.139	-2.012
2 Perempuan	70	53.4%				
<b>Pendidikan Terakhir (n=131)</b>						
1 SMA	4	3.1%	3.00	0.56	-1.078	1.587
2 D3	29	22.1%				
3 S1	94	71.8%				
4 S2	4	3.1%				
<b>Jabatan di Perusahaan (n=131)</b>						
1 Staff	109	83.2%	1.00	0.62	2.458	5.273
2 Supervisor	12	9.2%				
3 Manajer	9	6.9%				
4 Senior Manajer	1	0.8%				
<b>Tahun bergabung di Perusahaan (n=131)</b>						
1 > 2010 sd 2015	21	16.0%	2.00	0.37	-1.873	1.532
2 > 2015	110	84.0%				
<b>Lokasi kantor utama perusahaan (n=131)</b>						
1 Jakarta	21	16.0%	2.00	0.99	.613	-.710
2 Yogyakarta	72	55.0%				
3 Bantul	10	7.6%				
4 Sleman	28	21.4%				
<b>Sektor utama perusahaan (n=131)</b>						
1 Keuangan	97	74.0%	1.00	1.15	1.478	0.367
2 Makanan dan Minuman	9	6.9%				
3 Transportasi	2	1.5%				
4 Telekomunikasi	23	17.6%				
Variabel	Freq	(%)	Median	Standar	Skewness	Kurtosis

			Deviasi			
<b>Tahun berdiri perusahaan (n=131)</b>						
1 < 2000	2	1.5%	3.00	0.49	-1.237	0.391
2 > 2000 sd 2010	36	27.5%				
3 > 2010	93	71.0%				
<b>Jumlah Karyawan (n=131)</b>						
1 > 50 sd 100	40	30.5%	1.00	0.60	1.765	4.068
2 > 100 sd 150	2	1.5%				
3 > 150 ad 200	2	1.5%				
4 > 200						
<b>Bentuk perusahaan independent/anak/unit dari perusahaan lain (n=131)</b>						
1 Ya	127	96.9%	1.00	0.17	5.521	28.919
2 Tidak	4	3.1%				
<b>Omzet Perusahaan</b>						
1 > 100 sd 250 juta	2	1.5%				
2 > 250 sd 500 juta	2	1.5%				
3 > 500 sd 750 juta	7	5.3%	4.00	0.79	-1.715	4.413
4 > 750 sd 1 miliar	55	42.0%				
5 > 1 miliar	65	49.6%				
<b>Hambatan dalam aktivitas bisnis perusahaan (n= 131)</b>						
1 Ya, ada	106	80.9%	1.00	0.39	1.592	0.542
2 Tidak, ada	25	19.1%				

Sumber: data primer, diolah 2019

Data yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan karakteristik responden yang bekerja di perusahaan fintech. Median adalah nilai tengah dari jawaban responden, sebagai contoh pada pertanyaan jenis kelamin memiliki nilai

median sebesar 2.00 yang berarti nilai tengah dari jawaban responden adalah “perempuan”. Standar deviasi menunjukkan ragam dari sebuah indikator, jika nilai standar deviasi semakin tinggi maka semakin beragam jawaban dari responden. Misalkan pada pertanyaan sektor utama perusahaan memiliki nilai standar deviasi sebesar 1.15 yang artinya jawaban responden cukup beragam.

Selain melihat nilai median dan standar deviasi, uji yang dilakukan selanjutnya adalah skewness dan kurtosis. Skewness menunjukkan kemiringan distribusi sebuah data, apabila skewness menunjukkan bentuk yang sama dengan 0 maka dikatakan dia membentuk distribusi normal. Distribusi normal biasanya memiliki rentang nilai -2 sampai dengan 2. Jika, kemiringan distribusi data condong ke arah kanan maka nilainya positif atau lebih dari 0. Sebaliknya, jika kemiringan distribusi data condong ke arah kiri maka nilainya akan negative atau kurang dari 0. Misalnya pada variabel item jumlah karyawan di perusahaan menunjukkan nilai 1.765 maka artinya distribusi data lebih condong ke kiri atau positif dan terdistribusi normal.

**Tabel 4.3 Tingkat Hambatan**

	<b>Minimum</b>	<b>Maksimum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Biaya inovasi yang tinggi	1.00	4.00	3.6273	.57244
Risiko keuangan yang tinggi	1.00	4.00	3.6000	.57788
Biaya perolehan modal yang tinggi	1.00	4.00	3.5364	.58541
Akses terhadap tenaga kerja yang berkualifikasi	1.00	4.00	3.2636	.76239
	<b>Minimum</b>	<b>Maksimum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std.</b>

				<b>Deviation</b>
Ketersediaan dana	1.00	4.00	3.2545	.61236
Kurangnya informasi pasar	1.00	4.00	3.2545	.74731
Dominasi pasar oleh perusahaan lain	1.00	4.00	3.2455	.75646
Peraturan pemerintah	1.00	4.00	3.0545	.72740
Ketidakpastian permintaan atas kebaruan pelayanan	1.00	4.00	3.0273	.68348

Sumber: data primer, diolah 2019

Tabel di atas menunjukkan hasil analisis deskriptif variabel tingkat hambatan dalam aktivitas bisnis perusahaan. Berdasarkan nilai rata-ratanya, seluruh jenis hambatan memiliki nilai lebih dari tiga. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator tersebut memang menjadi penghambat aktivitas bisnis perusahaan. Nilai tertinggi ditunjukkan oleh hambatan pada biaya inovasi yang tinggi dengan nilai sebesar 3.6273. Hal ini berarti dalam menjalankan aktivitas bisnis, perusahaan sangat terhambat pada saat melakukan inovasi dikarenakan biaya yang tinggi. Sedangkan, nilai terendah ditunjukkan oleh hambatan pada ketidakpastian permintaan atas kebaruan pelayanan dengan nilai sebesar 3.0273. Hal ini berarti dalam menjalankan aktivitas bisnis, perusahaan cukup terhambat pada saat menjumpai permintaan atas layanan terbaru yang tidak pasti dan bisa sewaktu-waktu terjadi.

#### **4.2 Statistik Deskriptif Variabel**

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum variabel penelitian antara lain modal sosial struktural, modal sosial relasional, modal sosial kognitif, Berbagi Pengetahuan, modal intelektual struktural, modal intelektual relasional, modal intelektual manusia, modal intelektual struktural, inovasi, sumber inovasi, kapabilitas inovasi, ancaman lingkungan, dinamisme pasar dan gangguan teknologi. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu menentukan kategori penilaian rendah dan tinggi terhadap tanggapan responden. Skor terendah: 1 (sangat tidak setuju) dan Skor tertinggi: 5 (sangat setuju sekali). Khusus untuk variabel inovasi Skor terendah: 0 (Tidak) dan Skor Tertinggi 1 (Ya).

**Tabel 4.4 Statistik Deskriptif**

Variabel	Item	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Modal Sosial Struktural (MSS)	MSS1	131	1	5	2.725	1.544
	MSS2				3.305	1.435
	MSS3				3.206	1.252
	MSS4				2.992	1.521
Modal Sosial Relasional (MSR)	MSR1	131	1	5	2.557	1.230
	MSR2				3.183	1.402
	MSR3				2.221	1.405
	MSR4				2.519	1.400
Modal Sosial Kognitif (MSK)	MSK1	131	1	5	2.611	1.208
	MSK2				2.557	1.524
	MSK3				2.824	1.287
	MSK4				2.626	1.484
Berbagi Pengetahuan (BP)	BP1	131	1	5	2.649	1.254
	BP2				2.313	1.387
	BP3				2.137	1.277
	BP4				2.481	1.432
Modal Intelektual Struktural (MIS)	MIS1	131	1	5	3.031	1.284
	MIS2				3.177	1.199
	MIS3				2.672	1.541
	MIS4				3.092	1.362

Variabel	Item	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Modal Intelektual Relasional (MIR)	MIR1	131	1	5	3.366	1.249
	MIR2				3.328	1.304
Modal Intelektual Manusia (MIM)	MIM1	131	1	5	2.832	1.854
	MIM2				2.298	1.288
	MIM3				2.031	1.430
	MIM4				3.275	1.539
	MIM5				2.840	1.171
	MIM6				2.382	1.362
Inovasi (INN)	INN1	131	0	1	0.824	0.380
	INN2				0.771	0.420
	INN3				0.763	0.425
	INN4				0.718	0.450
	INN5				0.756	0.430
	INN6				0.786	0.410
	INN7				0.748	0.434
Sumber Inovasi (SI)	SI1	131	0	1	0.786	0.410
	SI2				0.771	0.420
	SI3				0.763	0.425
	SI4				0.718	0.450
	SI5				0.756	0.430
	SI6				0.748	0.434
	SI7				0.718	0.450
	SI8				0.786	0.410
	SI9				0.748	0.434
Kapabilitas Inovasi (KI)	KI1	131	0	1	0.824	0.380
	KI2				0.771	0.420
	KI3				0.763	0.425
	KI4				0.718	0.450
	KI5				0.756	0.430
	KI6				0.786	0.410
Ancaman Lingkungan (AL)	AL1	131	1	5	3.641	1.544
	AL2				3.496	1.627
	AL3				3.603	1.711
	AL4				3.618	1.511
Dinamisme Pasar (DP)	DP1	131	1	5	3.198	1.373
	DP2				3.000	1.139
	DP3				2.947	1.479
Gangguan Teknologi (GT)	GT1	131	1	5	3.176	1.296
	GT2				3.321	1.262
	GT3				3.000	1.242
	GT4				3.351	1.313

Sumber: data primer, diolah 2019



Tabel di atas menunjukkan hasil analisis deskriptif variabel penelitian berdasarkan nilai rata-rata dan standar deviasi. N menunjukkan jumlah total keseluruhan responden. Minimum menunjukkan nilai skor terendah sedangkan maksimum menunjukkan nilai skor tertinggi. Misalkan pada variabel modal sosial struktural memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 5 sedangkan pada variabel kapabilitas inovasi memiliki nilai minimum 0 dan maksimum 1. Kemudian untuk nilai rata-rata menunjukkan penilaian responden terhadap variabel dan indikatornya. Misalkan pada variabel ancaman lingkungan untuk indikator EH1 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.641 maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden setuju terhadap indikator variabel tersebut. Uji selanjutnya yaitu standar deviasi yang menunjukkan persebaran data variabel dalam arti lain apakah jawaban responden seragam atau beragam. Misalkan pada variabel sumber inovasi untuk indikator SII memiliki nilai standar deviasi sebesar 0.410 maka dapat diinterpretasikan bahwa jawaban responden hampir seragam.

### **4.3 Hasil Uji**

#### **4.3.1 Hasil Pengujian Pengukuran**

Tahapan pengujian yang dilakukan selanjutnya adalah pengujian pengukuran dan pengujian model struktural. Pengujian pengukuran menunjukkan tingkat validitas, reliabilitas, *outer loadings* dan nilai validitas konvergen. Adapun hasil pengujian pengukuran dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5 Hasil Pengujian Pengukuran**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>Loadings</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>AVE</b>
Modal Sosial Struktural (MSS)	MSS1	0.884	0.897	0.841	0.764
	MSS2	0.832			
	MSS3	0.900			
	MSS4	0.879			
Modal Sosial Relasional (MSR)	MSR1	0.804	0.701	0.815	0.525
	MSR2	0.640			
	MSR3	0.739			
	MSR4	0.706			
Modal Sosial Kognitif (MSK)	MSK1	0.848	0.834	0.891	0.672
	MSK2	0.829			
	MSK3	0.888			
	MSK4	0.702			
Berbagi Pengetahuan (BP)	BP1	0.686	0.784	0.862	0.613
	BP2	0.820			
	BP3	0.921			
	BP4	0.677			
Modal Intelektual Struktural (MIS)	MIS1	0.768	0.870	0.903	0.611
	MIS2	0.604			
	MIS3	0.897			
	MIS4	0.814			
Modal Intelektual Relasional (MIR)	MIR1	0.896	0.780	0.858	0.606
	MIR2	0.896			

Variabel	Item	Loadings	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Modal Intelektual Manusia (MIM)	MIM1	0.823	0.754	0.891	0.803
	MIM2	0.703			
	MIM3	0.801			
	MIM4	0.913			
	MIM5	0.725			
	MIM6	0.701			
Inovasi Inkremental (INN)	INN1	0.760	0.895	0.919	0.620
	INN2	0.705			
	INN3	0.679			
	INN4	0.942			
	INN5	0.854			
	INN6	0.755			
	INN7	0.784			
Sumber Inovasi (SI)	SI1	0.629	0.916	0.930	0.600
	SI2	0.670			
	SI3	0.773			
	SI4	0.942			
	SI5	0.880			
	SI6	0.664			
	SI7	0.804			
	SI8	0.749			
	SI9	0.804			
Kapabilitas Inovasi (KI)	KI1	0.818	0.880	0.889	0.632
	KI2	0.767			
	KI3	0.708			
	KI4	0.924			
	KI5	0.805			
	KI6	0.808			

Variabel	Item	Loadings	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Ancaman	AL1	0.914			
Lingkungan (AL)	AL2	0.924	0.895	0.929	0.767
	AL3	0.930			
	AL4	0.717			
Dinamisme	DP1	0.851			
Pasar (DP)	DP2	0.862	0.842	0.904	0.758
	DP3	0.900			
Gangguan	GT1	0.676			
Teknologi (GT)	GT2	0.765	0.748	0.841	0.574
	GT3	0.903			
	GT4	0.662			

Sumber: data primer, diolah 2019

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian validitas variabel penelitian, maka dapat diinterpretasikan bahwa nilai *cronbach alpha* pada seluruh indikator telah memiliki nilai di atas 0.60. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ghozali dan Latan, (2015) bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60 sama halnya dengan nilai *composite reliability* dan nilai AVE yang sudah di atas 0.50. Kemudian untuk nilai *outer loading* juga telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hair et al., (2011) yaitu nilai *outer loading* > 0.60. Dengan demikian dapat diberi kesimpulan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini sudah valid dan reliabel.

### 4.3.2 Hasil Pengujian Model Struktural

Menurut Ghozali dan Latan (2015), metode penelitian menggunakan PLS dilakukan melalui dua tahap pengujian yaitu dengan melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dan hasil nilai pada *path coefficients*.

**Tabel 4.6 Hasil Koefisien Determinasi**

	<b>R<sup>2</sup></b>
MIM	0.712
KI	0.188
BP	0.808
MIR	0.067
MIS	0.457
INN	0.195
SI	0.168

Sumber: data primer, diolah 2019

Pada Tabel 4.6 di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> yaitu untuk melihat seberapa jauh data independen dapat menjelaskan data dependen. Jika nilai R<sup>2</sup> semakin mendekati 1 maka artinya tingkat akurasi prediktif akan semakin tinggi. Misalkan pada variabel MIM (Modal Intelektual Manusia) diketahui memiliki nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.712, maka dapat diinterpretasikan bahwa MIM mampu menjelaskan varian atau mempengaruhi sebesar 71.2%.

**Tabel 4.7 Effect Size**

<b>Variabel</b>	<b>Model 1 (Y=IC)</b>	<b>Model 2 (Y=SI)</b>	<b>Model 3 (Y=INN)</b>
EH→Y	0.001	0.004	0.002
MIM→Y	0	0.003	0.001
BP→MIM	2.475	2.478	2.469
BP→MIR	0.072	0.072	0.072
BP→MIR	0.84	0.842	0.84

Variabel	Model 1 (Y=IC)	Model 2 (Y=SI)	Model 3 (Y=INN)
MSK→BP	0.207	0.207	0.206
MD→Y	0.024	0.014	0.02
MIR→Y	0.011	0.004	0.011
MSR→BP	0.129	0.129	0.129
MIS→Y	0.006	0.006	0.005
MSS→BP	0.081	0.081	0.081
TT→Y	0.001	0.002	0.002

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan pada Tabel 4.7 di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi atau efek  $f^2$  yaitu untuk melihat ukuran kebaikan sebuah model. Misalkan, pada variabel BP→MIR pada kolom Model 1 (Y=IC) memiliki nilai  $f^2$  sebesar 0.84 maka hal ini diinterpretasikan bahwa variabel BP terhadap MIR memiliki komitmen sebesar 8.4%.

#### 4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

Tahapan pengujian selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Dalam tahapan ini, pengujian akan menunjukkan pengaruh antar variabel berdasarkan nilai signifikansinya. Adapun hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.8 Hasil Path Coefficient**

Variabel	Model 1 (Y=KI)		Model 2 (Y=SI)		Model 3 (Y=INN)	
	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value
EH→Y	0.345	0.730	0.541	0.589	0.467	0.641
MIM→Y	0.016	0.987	0.431	0.666	0.249	0.803
BP→MIM	44.136	0.000*	39.020	0.000*	41.068	0.000*

Variabel	Model 1 (Y=KI)		Model 2 (Y=SI)		Model 3 (Y=INN)	
	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value
BP→MIS	3.879	0.000*	3.740	0.000*	3.811	0.000*
BP→MIR	14.824	0.000*	14.496	0.000*	14.661	0.000*
MSK→BP	3.364	0.001*	3.203	0.001*	3.138	0.002*
MD→Y	1.523	0.128	1.093	0.275	1.360	0.174
MIR→Y	1.458	0.146	0.818	0.414	1.471	0.142
MSR→BP	3.013	0.003*	2.897	0.004*	2.822	0.005*
MIS→Y	0.752	0.452	0.751	0.453	0.763	0.446
MSS→BP	3.242	0.001*	3.142	0.002*	3.131	0.002*
TT→Y	0.212	0.832	0.399	0.690	0.451	0.652

Sumber: data primer, diolah 2019

Note: (\*) mengindikasikan koefisien signifikan pada alpha 1%.

Berdasarkan Tabel 4.8 *path coefficient* menunjukkan besarnya hubungan atau pengaruh antar variabel. Hasil pengujian ini diperoleh dari proses *bootstrapping* dengan pengulangan sebanyak 5.000 kali. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian terhadap tiga model.

Pada model 1, 2 dan 3, ikatan hubungan berbagi pengetahuan (BP) kepada modal intelektual manusia (MIM), berbagi pengetahuan (BP) kepada modal intelektual struktural (MIS), berbagi pengetahuan (BP) kepada modal intelektual relasional (MIR), modal struktural kognitif (MSK) kepada berbagi pengetahuan (BP), modal sosial relasional (MSR) kepada berbagi pengetahuan (BP) dan modal sosial struktural (MSS) kepada berbagi pengetahuan (BP) diterima dikarenakan nilai *p value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 1\%$  sehingga terdapat hubungan dan pengaruh antar variabel tersebut ( $H_0$  ditolak). Sedangkan pada variabel ancaman lingkungan (EH) kepada dependen inovasi (Y), modal intelektual manusia (MIM) kepada dependen inovasi (Y), dinamisme pasar (MD) kepada dependen inovasi (Y), modal intelektual relasional (MIR) kepada dependen inovasi (Y), modal intelektual struktural (MIS) kepada dependen inovasi (Y) dan gangguan teknologi (TT) kepada dependen inovasi (Y) di ketiga model ditolak dikarenakan nilai *p value* lebih besar dari tingkat signifikan pada semua level signifikansi yakni menggunakan  $\alpha = 1\%$  atau  $5\%$  atau  $10\%$ . Dengan demikian tidak terdapat hubungan dan pengaruh antar variabel. Kemudian untuk *total effect* dapat dilihat pada Tabel 4.9.

**Tabel 4.9 Hasil Total Effect**

Variabel	Model 1 (Y=KI)		Model 2 (Y=SI)		Model 3 (Y=INN)	
	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value
AL → Y	0.345	0.730	0.541	0.589	0.467	0.641
MIM → Y	0.016	0.987	0.431	0.666	0.249	0.803



Variabel	Model 1 (Y=KI)		Model 2 (Y=SI)		Model 3 (Y=INN)	
	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value
BP → MIM	44.136	0.000*	39.020	0.000*	41.068	0.000*
BP → Y	0.442	0.659	3.740	0.000*	0.630	0.529
BP → MIR	3.879	0.000*	0.831	0.407	3.811	0.000*
BP → MIS	14.824	0.000*	14.496	0.000*	14.661	0.000*
MSK → MIM	3.298	0.001*	3.123	0.002*	3.087	0.002*
MSK → Y	0.414	0.679	0.414	0.679	3.203	0.001*
MSK → BP	3.364	0.001*	3.364	0.001*	2.380	0.018**
MSK → MIR	2.463	0.014**	2.463	0.014**	0.762	0.446
MSK → MIS	3.082	0.002*	3.082	0.002*	2.921	0.004*
DP → Y	1.523	0.128	1.523	0.128	1.093	0.275
MIR → Y	1.458	0.146	1.458	0.146	0.818	0.414
MSR → MIM	3.021	0.003*	3.021	0.003*	2.917	0.004*
MSR → Y	0.419	0.676	0.419	0.676	2.897	0.004*
MSR → BP	3.013	0.003*	3.013	0.003*	2.188	0.029**

Variabel	Model 1 (Y=KI)		Model 2 (Y=SI)		Model 3 (Y=INN)	
	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value	T- Statistics	P Value
MSR → MIR	2.369	0.018**	2.369	0.018**	0.774	0.439
MSR → MIS	3.170	0.002*	3.170	0.002*	3.080	0.002*
MIS → Y	0.752	0.452	0.752	0.452	0.751	0.453
MSS → MIM	3.248	0.001*	3.248	0.001*	3.156	0.002*
MSS → Y	0.433	0.665	0.433	0.665	3.142	0.002*
MSS → BP	3.242	0.001*	3.242	0.001*	2.089	0.037**
MSS → MIR	2.175	0.030**	2.175	0.030**	0.775	0.439
MSS → MIS	3.390	0.001*	3.390	0.001*	3.279	0.001*
GT → Y	0.212	0.832	0.212	0.832	0.399	0.690

Sumber: data primer, diolah 2019

Note: (\*) mengindikasikan koefisien signifikan pada alpha 1%. (\*\*)  
mengindikasikan koefisien signifikan pada alpha 5%.

**Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis**

No	Hipotesis	Keterangan	Arah	Hasil
1.	H1a	Pengaruh modal sosial struktural terhadap Berbagi Pengetahuan.	Positif	Diterima
2.	H1b	Pengaruh modal sosial relasional terhadap Berbagi Pengetahuan.	Positif	Diterima
3.	H1c	Pengaruh modal sosial kognitif terhadap Berbagi Pengetahuan.	Positif	Diterima
4.	H2a	Pengaruh Berbagi Pengetahuan terhadap modal intelektual relasional.	Positif	Diterima
5.	H2b	Pengaruh Berbagi Pengetahuan terhadap modal intelektual manusia.	Positif	Di terima
6.	H2c	Pengaruh Berbagi Pengetahuan terhadap modal intelektual struktural.	Positif	Diterima
7.	H3a	Pengaruh modal intelektual relasional terhadap inovasi.	Positif	Ditolak
8.	H3b	Pengaruh modal intelektual manusia terhadap inovasi.	Positif	Ditolak
9.	H3c	Pengaruh modal intelektual struktural terhadap inovasi.	Positif	Ditolak
10.	H4a	Pengaruh ancaman lingkungan terhadap inovasi.	Positif	Diterima
11.	H4b	Pengaruh dinamisme pasar terhadap inovasi.	Positif	Ditolak
12.	H4c	Pengaruh gangguan teknologi terhadap inovasi.	Positif	Ditolak

Sumber: data primer, diolah 2019

## 4.5 Diskusi Hasil atau Pembahasan

### 4.5.1 Pengaruh modal sosial struktural terhadap berbagi pengetahuan.

Pengaruh modal sosial struktural kepada berbagi pengetahuan memiliki nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturutan sebesar sebesar 3.242, 2.089 dan 3.131. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.001 dan 0.002 mengindikasikan bahwa variabel tersebut positif signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%, 0.037 mengindikasikan bahwa variabel tersebut positif signifikan berdasarkan tingkat alpha 5%. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Allameh (2018), bahwa modal sosial struktural memiliki hubungan positif signifikan terhadap berbagi pengetahuan.

Pada hasil penelitian Allameh (2018) juga ditemukan bahwa aspek modal sosial struktural menggunakan individu sebagai akses melalui pengetahuan untuk mencapai berbagi pengetahuan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Chow and Chan (2008) bahwa modal sosial struktural dapat mendorong terjadinya berbagi pengetahuan. Penciptaan kerangka kerja yang sesuai dapat menciptakan akses pengetahuan tersampaikan secara efektif dan efisien kepada individu. Modal sosial struktural mempengaruhi berbagi pengetahuan melalui akses pengetahuan dan persyaratan tertentu seorang individu (Van den Hooff dan Huysman, 2009). Sehingga dapat disimpulkan bahwa melalui modal sosial

struktural dapat membantu memfasilitasi pertukaran dan pengumpulan informasi atau pengetahuan.

#### **4.5.2 Pengaruh modal sosial relasional terhadap berbagi pengetahuan.**

Dalam penelitian ini juga membuktikan bahwa modal sosial relasional berpengaruh terhadap berbagi pengetahuan. Hal ini diindikasikan bahwa pada saat anggota berinteraksi dan berkomunikasi secara tidak langsung akan meningkatkan berbagi pengetahuan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Allameh (2018), aspek modal sosial relasional seperti partisipasi, *knowledge transfer*, dan inovasi menjadi faktor pendorong terjadinya berbagi pengetahuan. Dimensi modal sosial relasional merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi berbagi pengetahuan dan sering dianggap sebagai salah satu pendorong utama berbagi pengetahuan (Kim dan Lee, 2010).

Dalam pengaruh modal sosial relasional kepada Berbagi Pengetahuan memiliki nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturutan sebesar sebesar 3.013, 2.897 dan 2.822. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.003, 0.004 dan 0.005 mengindikasikan bahwa variabel tersebut positif signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%. Dengan demikian modal sosial relasional signifikan terhadap berbagi pengetahuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa modal sosial relasional dapat meningkatkan berbagi pengetahuan dengan cara memfasilitasi komunikasi antara individu-individu (Kim et al, 2013).

#### **4.5.3 Pengaruh modal sosial kognitif terhadap berbagi pengetahuan.**

Penelitian yang dilakukan oleh Abili (2011) yang menguji tentang manajemen modal sosial pada perusahaan berbasis pengetahuan dimana ditemukan bahwa modal sosial kognitif memiliki pengaruh yang tinggi. Hal ini juga sesuai pada penelitian Allameh (2018) bahwa aspek kognitif dapat menunjukkan kepehaman individu akan nilai dan tujuan yang hendak dicapai organisasi. Dalam kata lain aspek kognitif menunjukkan interpretasi dan konsep masing-masing individu yang secara bersama memiliki kepehaman yang sama.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dimana modal sosial kognitif berpengaruh positif terhadap berbagi pengetahuan. Dengan nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturut-turut sebesar 3.364, 3.203 dan 3.138. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.001, 0.001 dan 0.002 mengindikasikan bahwa variabel tersebut positif signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%. Sehingga berbagi ilmu pengetahuan membutuhkan aspek modal kognitif yakni budaya dan tujuan bersama (Wasko dan Faraj, 2005).

#### **4.5.4 Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap modal intelektual relasional.**

Berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap modal intelektual relasional. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hsu and Sabherwal (2012) menyatakan bahwa berbagi pengetahuan merupakan kunci utama dalam mengembangkan modal intelektual. Kemampuan berbagi pengetahuan juga dapat mendukung terciptanya modal intelektual yang maksimal.

Berbagi pengetahuan berperan memfasilitasi hubungan perusahaan dengan para anggota di dalamnya sehingga tercipta modal intelektual relasional. modal intelektual relasional meliputi hubungan perusahaan dengan para stakeholder atau pemangku kepentingan. Untuk mencapainya perusahaan perlu menciptakan kerangka kerja yang dapat menunjukkan arah hubungan yang jelas dengan cara berbagi pengetahuan. (Allameh, 2018).

Hal ini mengindikasikan bahwa penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya. Terbukti pada nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturutan sebesar sebesar 14.824, 14.496 dan 14.661. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.000, 0.000 dan 0.000 mengindikasikan bahwa variabel tersebut positif signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%. Maka dapat dikatakan berbagi pengetahuan berpengaruh positif terhadap modal intelektual relasional.

#### **4.5.5 Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap modal intelektual manusia.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap modal intelektual manusia. Menurut Allameh (2018), dalam perusahaan secara tidak langsung karyawan memanfaatkan keterampilan dan pengetahuan mereka satu sama lain. Hal ini mengindikasikan bahwa berbagi pengetahuan juga telah memfasilitasi pembelajaran di antara mereka. Modal intelektual manusia meliputi keterampilan, keahlian, kemampuan pemecahan masalah dan gaya

kepemimpinan dimana semua itu juga termasuk pengetahuan yang dapat digunakan, dibagi dan ditukarkan (Bloodgood dan Chilton, 2012).

Dalam pengaruh berbagi pengetahuan kepada modal intelektual manusia memiliki nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturutan sebesar sebesar 44.136, 39.020 dan 41.068. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.000, 0.000 dan 0.000 mengindikasikan bahwa variabel tersebut positif signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%. Dengan demikian hasil tersebut mendukung pernyataan Carmeli and Azeroual (2009) berbagi pengetahuan berpengaruh positif kepada modal intelektual manusia. Semakin berbagi pengetahuan didukung di antara karyawan, maka sumber daya manusia juga akan ditingkatkan dalam organisasi (Hsu, 2008).

#### **4.5.6 Pengaruh berbagi pengetahuan terhadap modal intelektual struktural.**

Berbagi pengetahuan juga berpengaruh terhadap aspek modal intelektual struktural. Dalam pengaruh berbagi pengetahuan kepada modal intelektual manusia memiliki nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturutan sebesar sebesar 3.879, 3.740 dan 3.811. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.000, 0.000 dan 0.000 mengindikasikan bahwa variabel tersebut positif signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%. Sehingga hasil ini sebanding dengan pernyataan Allameh (2018) bahwa berbagi pengetahuan dan informasi perusahaan dapat mencapai struktur manajemen yang efektif dan efisien.



Dengan begitu modal intelektual struktural memegang peran penting dalam implementasi struktur manajemen perusahaan yang meliputi arus informasi, kebijakan, dan database. Organisasi perlu mengembangkan kerangka kerja dan mempersiapkan lingkungan sehingga berbagai metode berbagi pengetahuan dapat membantu menciptakan kerangka kerja yang menunjukkan aspek-aspek relasional seperti kepercayaan dan keandalan (Carmeli dan Azeroual, 2009). Dengan demikian melalui modal intelektual struktural, pengetahuan dapat dibagikan secara efektif dan efisien.

#### **4.5.7 Pengaruh modal intelektual relasional terhadap inovasi.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal intelektual relasional tidak berpengaruh terhadap inovasi. Hal ini terbukti dalam nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturut-turut sebesar 1.458, 0.818 dan 1.471. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.146, 0.414 dan 0.142 mengindikasikan bahwa variabel tersebut tidak signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%, 5% dan 10%. Hal ini bertentangan dengan penelitian-penelitian terdahulu.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zerenler et al., (2008) dimana modal intelektual relasional berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi. Jika suatu organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk, modal intelektual tidak akan pernah mencapai kemampuan potensial maksimalnya, sementara organisasi dengan modal intelektual yang kuat akan didukung oleh budaya organisasi kewirausahaan yang akan

memungkinkan orang untuk mengambil tindakan inovatif (Lee et al., 2011; Costa et al., 2014).

#### **4.5.8 Pengaruh modal intelektual manusia terhadap inovasi.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal intelektual manusia tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi. Tidak sebanding dengan penelitian yang dilakukan oleh Allameh (2018) dimana modal intelektual manusia berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi. Aset pengetahuan termasuk modal intelektual memiliki peran penting untuk menjaga atmosfer inovasi. Selain itu, perusahaan harus terus meningkatkan inovasi melalui modal intelektual untuk memperoleh keunggulan kompetitif. (Zerenler et al., 2008).

Hal ini terbukti dalam nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturut-turut sebesar 0.016, 0.431 dan 0.249. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.987, 0.666 dan 0.803 mengindikasikan bahwa variabel tersebut tidak signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%, 5% dan 10%. Sehingga modal intelektual manusia tidak berpengaruh terhadap inovasi. Keterampilan, keahlian, kemampuan pemecahan masalah dan gaya kepemimpinan tidak cukup kuat menjadi pendorong kegiatan inovasi.

#### **4.5.9 Pengaruh modal intelektual struktural terhadap inovasi.**

Hasil penelitian juga menemukan bahwa modal intelektual struktural tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi. Hal ini terbukti dalam nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturut-turut sebesar 0.752, 0.751 dan 0.763. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.452, 0.453 dan

0.446 mengindikasikan bahwa variabel tersebut tidak signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%, 5% dan 10%. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Allameh (2008) dimana modal intelektual struktural berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Buenechea-Elberdin (2017), perusahaan dapat memperoleh inovasi yang berkelanjutan melalui modal intelektual, dan bahwa keberhasilan mereka sangat tergantung pada kemampuan mereka untuk mengelola aset berharga yakni modal intelektual. Pada kasus ini memungkinkan kegagalan perusahaan dalam mengelola aset sehingga tidak mencapai inovasi berkelanjutan.

#### **4.5.10 Pengaruh ancaman lingkungan terhadap inovasi.**

Hasil penelitian pengaruh ancaman lingkungan (EH) terhadap inovasi baik dari ketiga model menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Hal ini diindikasikan dalam nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturut-turut sebesar 0.345, 0.541 dan 0.467. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.730, 0.589 dan 0.641 mengindikasikan bahwa variabel tersebut tidak signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%, 5% dan 10%. Hasil ini ada yang mendukung dan menolak hasil penelitian sebelumnya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martínez-Pérez, García-Villaverde, & Elche, (2016) dimana ancaman lingkungan tidak memberikan efek yang berarti terhadap inovasi. Ancaman lingkungan tidak secara langsung mempengaruhi aktivitas bisnis perusahaan secara besar. Perusahaan masih dapat mengantisipasi dengan

berbagai strategi yang dimiliki. Namun hal ini justru bertolak belakang pada penelitian yang dilakukan Covin et al. (2000) dimana ia menemukan bahwa dalam melakukan inovasi perusahaan perlu memperhatikan ancaman lingkungan yang berasal dari perusahaan pendiri dan pengikut.

#### **4.5.11 Pengaruh dinamisme pasar terhadap inovasi.**

Selanjutnya hasil pengujian pengaruh dinamisme pasar (MD) terhadap inovasi baik dari ketiga model menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Hal ini dibuktikan dalam nilai *t statistics* pada ketiga model secara berturut-turut sebesar 1.523, 1.093 dan 1.360. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.128, 0.275 dan 0.174 mengindikasikan bahwa variabel tersebut tidak signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%, 5% dan 10%.

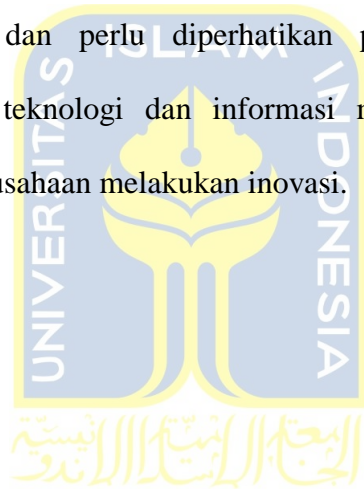
Hal ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Martínez-Pérez, García-Villaverde, & Elche, (2016) dimana dinamisme pasar memberikan pengaruh terhadap inovasi. Hal ini juga tidak sejalan dengan penelitian Jaworski and Kohli (1993) yang menyatakan bahwa ketidakpastian dan perubahan kondisi pasar secara tidak langsung mendorong perusahaan melakukan sesuatu yang baru. Jika menghadapi fenomena perubahan pasar seperti ini biasanya perusahaan akan segera menjalankan strategi seperti melakukan penyesuaian dan pembaharuan.

#### **4.5.12 Pengaruh gangguan teknologi terhadap inovasi.**

Hasil penelitian pengaruh gangguan teknologi (TT) terhadap inovasi baik dari ketiga model juga menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Hal ini ditunjukkan dalam nilai *t statistics* pada ketiga model

secara berturutan sebesar 0.212, 0.399 dan 0.451. Sedangkan untuk nilai *p value* sebesar 0.832, 0.690 dan 0.652 mengindikasikan bahwa variabel tersebut tidak signifikan berdasarkan tingkat alpha 1%, 5% dan 10%.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martínez-Pérez, García-Villaverde, & Elche, (2016) dimana gangguan teknologi memberikan pengaruh terhadap inovasi. Teknologi selalu dikaitkan dengan inovasi, namun keberadaanya tidak selalu mendukung (Jaworski and Kohli, 1993). Gangguan teknologi merupakan suatu hal yang penting dan perlu diperhatikan perusahaan. Bahkan adanya perkembangan teknologi dan informasi menjadi faktor utama dalam mendorong perusahaan melakukan inovasi.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan statistik yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Modal sosial yang terdiri dari modal sosial struktural, relasional dan kognitif berpengaruh positif signifikan terhadap berbagi ilmu pengetahuan. Dimana modal sosial struktural berpengaruh terhadap positif signifikan berbagi pengetahuan. Modal sosial relasional berpengaruh positif signifikan terhadap berbagi pengetahuan. Modal sosial kognitif berpengaruh positif signifikan terhadap berbagi pengetahuan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa modal sosial berperan penting dalam memfasilitasi terjadinya pertukaran informasi dan pengetahuan. Sehingga modal sosial merupakan antecedent dari modal intelektual.
2. Berbagi pengetahuan berpengaruh terhadap modal intelektual. Dimana berbagi pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap modal intelektual relasional. Berbagi pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap modal intelektual manusia. Berbagi pengetahuan berpengaruh

positif signifikan terhadap modal intelektual struktural. Hal ini dapat disimpulkan bahwa modal intelektual tidak terlepas dari pengetahuan. Keterampilan dan kapabilitas seseorang terbentuk melalui pengalaman, informasi dan pengetahuan. Sehingga berbagi pengetahuan merupakan anteseden dari modal intelektual.

3. Modal intelektual tidak berpengaruh terhadap inovasi. Modal intelektual tidak berpengaruh terhadap inovasi pada ketiga model. Modal intelektual relasional tidak berpengaruh terhadap inovasi. Modal intelektual manusia tidak berpengaruh terhadap inovasi. Modal intelektual struktural tidak berpengaruh terhadap inovasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa untuk melakukan inovasi tidak perlu memperhatikan modal intelektual. Hal ini tidak sebanding dengan beberapa penelitian sebelumnya dimana modal intelektual berperan penting dalam menciptakan sebuah inovasi. Sehingga inovasi bukan merupakan konsekuensi dari modal intelektual.
4. Atribut lingkungan tidak berpengaruh terhadap inovasi. Ancaman lingkungan tidak berpengaruh terhadap inovasi. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dimana ancaman lingkungan tidak memberikan efek yang berarti. Sedangkan, dinamisme pasar dan gangguan teknologi tidak berpengaruh terhadap inovasi. Hal ini justru tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya.

## **5.2 Saran dan Implikasi**

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran direkomendasikan yaitu kepada:

## 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan model penelitian seperti menambahkan teori pendukung atau menambahkan variabel dan jumlah sampel yang lebih besar dibandingkan penelitian ini. Misalnya pada pengukuran variabel inovasi yang mulanya menggunakan variabel dummy bisa diubah menjadi variabel dengan skala likert. Harapannya hasil yang diperoleh akan lebih reliabel. Selain itu, diharapkan juga dapat mencoba penelitian ini terhadap objek penelitian baru lainnya misalnya pada UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Kemudian juga dapat menambahkan metode selain kuisioner sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih objektif. Misalnya melakukan wawancara langsung untuk memperoleh data responden secara lebih akurat.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan secara manajerial. Penelitian ini dapat menjadi acuan dan pertimbangan perusahaan pada saat melakukan inovasi. Perusahaan tidak hanya memperhatikan sumber daya berwujud saja tetapi juga sumber daya tidak berwujud seperti modal sosial, modal intelektual dan pengetahuan. Dimana ketiganya dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien dalam aktivitas bisnis perusahaan. Penelitian ini juga dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi dalam menghadapi perubahan lingkungan seperti teknologi dan kondisi pasar.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abili, K. (2011), Social capital management in Iranian knowledge-based organizations' the electronic, *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 203-210.
- Allameh, S. M. (2018), Antecedents and consequences of intellectual capital: The role of social capital, knowledge sharing and innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), 858–874.
- Bahrami, S., Rajaeepour, S., Aghahosseni, T., Bakhtiar Nasrabadi, H.A. and Yarmohamadian, M.H. (2011), Analysis of multiple relationships of intellectual capital and organizational innovation in higher education, *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 17(3), 27-50.
- Bontis, N. (2001), “Intellectual capital: an exploratory study that develops measures an models”. *Management Decision*, 36(2), 63.
- Buenechea-Elberdin, M. (2017), “Structured literature review about intellectual capital and innovation”, *Journal of Intellectual Capital*, 8(2), 262-285.
- Carmeli, A. and Azeroual, B. (2009), “How relational capital and knowledge combination capability enhance the performance of work units in a high technology industry”, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(1), 85-103.
- Chahal, H. and Bakshi, P. (2015), “Examining intellectual capital and competitive advantage relationship: role of innovation and organizational learning”, *International Journal of Bank Marketing*, 33(3), 376-399.
- Cenciarelli, V. G., Greco, G., & Allegrini, M. (2018), Does intellectual capital help predict bankruptcy?, *Journal of Intellectual Capital*, 19(2), 321–337.
- Chow, W.S. and Chan, L.S. (2008), “Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing”, *Information & Management*, 45(7), 458-465.
- Covin, J.G., Slevin, D.P. and Heeley, M.B. (2000), Pioneers and followers: competitive tactics, environment, and firm growth, *Journal of Business Venturing*, 15(2), 175-210.
- Demartini, C. (2015), Relationships between Social and Intellectual Capital □: EmpiMIRal Evidence from IC Statements, *Knowledge and Process Management*, 22(2), 99–111.

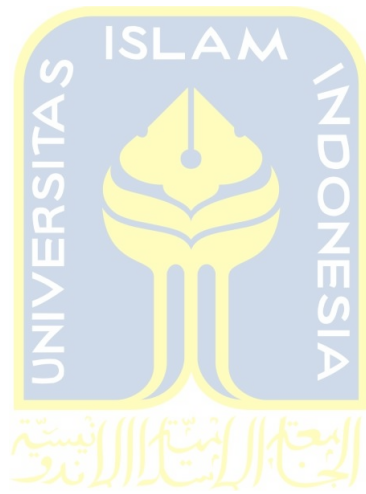
- Doloreux, D. and Shearmur, R. (2010), Exploring and comparing innovation patterns across different knowledge intensive business services, *Economics of Innovation and New Technology*, 19(7), 605-625.
- Dost, M., Badir, Y.F., Ali, Z. and Tariq, A. (2016), “The impact of intellectual capital on innovation generation and adoption”, *Journal of Intellectual Capital*, 17(4), 675-695.
- Dumay, J., Rooney, J. and Marini, L. (2013), “An intellectual capital-based differentiation theory of innovation practice”, *Journal of Intellectual Capital*, 14(4), 608-633.
- Freeman, R. E. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- Ghozali, I. and Latan, H. (2015), *Partial Least Squares: konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. 2nd edn. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2017), Digital Finance and Fintech: current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–580.
- Hsu, I.C. and Sabherwal, R. (2012), “Relationship between intellectual capital and knowledge management: an empirical investigation”, *Decision Sciences*, Vol. 43(3), 489-524.
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993), Market Orientation: Antecedents and Consequences, *Journal of Marketing*, 57(3), 53–70.
- Joe F. Hair Jr, Sarstedt, M., Lucas Hopkins, & Volker G. Kuppelwieser. (2014), Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *Advances in the Astronautical Sciences*, 26(2), 106–121.
- Jordão, R. V. D., & de Almeida, V. R. (2017), Performance measurement, intellectual capital and financial sustainability. *Journal of Intellectual Capital*, 18(3), 643–666.
- Kim, T. and Lee, G. (2010), “Examining social capital and knowledge sharing as antecedents of service innovativeness and business performance in the hotel industry: an application of the resource- based view (RBV) theory”, *Journal of Tourism Sciences*, 34(7), 13-36.
- Kim, T. T., Lee, G., Paek, S., & Lee, S. (2013), Social capital, knowledge sharing and organizational performance: What structural relationship do they have in hotels? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(5), 683–704.

- Law, S. H., Lee, W. C., & Singh, N. (2017), Revisiting the finance-innovation nexus: Evidence from a non-linear approach. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(3), 143–153.
- Marimuthu, M., Arokiasamy, L. and Ismail, M. (2009), Human capital development and its impact on firm performance: evidence from developmental economics, *The Journal of International Social Research*, 2(8), 265-272.
- Martínez-Pérez, Á., García-Villaverde, P. M., & Elche, D. (2016), The mediating effect of ambidextrous knowledge strategy between social capital and innovation of cultural tourism clusters firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(7), 1484–1507.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998), Social capital, intellectual capital and the organizational advantage, *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Pedro, E., Leitão, J., & Alves, H. (2018), Intellectual capital and performance: Taxonomy of components and multi-dimensional analysis axes. *Journal of Intellectual Capital*, 19(2), 407–452.
- Pool, J. K., Asadi, A., Forte, P., & Ansari, M. R. (2014), The effect of organisational culture on attitude and intention toward knowledge sharing: a study of Iranian SMEs. *International Journal of Management and Decision Making*, 13(3),
- Stewart, Thomas A. (1997), *Intellectual Capital Modal Intelektual Kekayaan Baru Organisasi*. Ed. Revisi. Cet 1. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Su, A. H., Journal, S., & January, N. (2018), Business EtMIMs and the Development of Intellectual Capital, *Journal of Business EtMIMs*, 119(1), 87–98.
- Subramaniam, M., Youndt, M. A., Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2016), The Influence of Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities *Academy of Management Journal*, 48(3), 450–463.
- Tan, H. P., Plowman, D., & Hancock, P. (2008), The evolving research on intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 9(4), 585–608.
- Tuan, N., & Nhan. (2016), The Effects of Innovation on Firm Performance of Supporting Industries in Hanoi-Vietnam, *Journal of Industrial Engineering and Management*, 9(2), 413–431.
- Ulum, Ihyaul. (2009), “Intellectual Capital : Konsep dan Kajian Empiris”. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Van den Hooff, B. and Huysman, M. (2009), “Managing knowledge sharing: emergent and engineering approaches”, *Information & Management*, 46(1),

- Wang, Z., Wang, N., & Liang, H. (2014), Knowledge sharing, intellectual capital and firm performance. *Management Decision*, 52(2), 230–258.
- Wu, W.-Y., Chang, M.-L. and Chen, C.W. (2008), “Promoting innovation through the accumulation of intellectual capital, social capital, and entrepreneurial orientation”, *R&D Management*, Vol. 38 No. 3, 265-277.
- Wulan, V. R. (2017). Financial technology (Fintech) a new transaction in future. *Journal ElectMIRal Engineering and Computer Sciences*, 2(1), 177–182.
- Yoon, S.W., Matsui, M., Yamada, T. and Nof, S.Y. (2011), “Analysis of effectiveness and benefits of collaboration modes with information- and knowledge-sharing”, *Journal of Intelligent Manufacturing*, 22(1), 101-112.
- Zerenler, M., Hasiloglu, S.B. and Mete, S. (2008), “Intellectual capital and innovation performance: empirical evidence in the Turkish automotive supplier”, *Journal of Technology Management and Innovation*, 3(4), 31-40

**PUSTAKA TAMBAHAN**

- Asosiasi Penyedia Jasa Internet, Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia, Hasil Survey. [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)
- Asosiasi Fintech Indonesia, (2005), [www.fintech.id](http://www.fintech.id)
- Bank Indonesia. (Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG)). [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016), Regulasi, [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- BEKRAF, Mapping dan Database Startup Indonesia. (2018). [www.bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id)



# Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

5/8/2019

Peran Berbagi Pengetahuan dan Modal Intelektual dalam Pengembangan Inovasi

## Peran Berbagi Pengetahuan dan Modal Intelektual dalam Pengembangan Inovasi

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya R.Aj. Nandya Astri Gupitasari, mahasiswi S1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna memenuhi Tugas Akhir SKRIPSI yang berkaitan dengan Peran Berbagi Pengetahuan (Knowledge sharing) dan Modal Intelektual (Intellectual Capital) dalam Pengembangan Inovasi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati saya mohon ketersediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini untuk membantu kelancaran penelitian ini. Seluruh data yang saudara/i isikan bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis semata.

Terimakasih,  
Wassalamu'alaikum wr. wb

\* Required

### 1. Email address \*

---

## Profil Personal

### 2. Jenis kelamin

Mark only one oval.

- Laki-Laki  
 Perempuan

### 3. Pendidikan

Mark only one oval.

- D3  
 S1  
 S2  
 S3  
 Lainnya

### 4. Jabatan di perusahaan

Tuliskan jabatan/posisi anda saat ini di perusahaan

---

### 5. Tahun bergabung dengan perusahaan

Tuliskan kapan pertama kali anda bekerja di perusahaan yang sekarang

---

Example: December 15, 2012

## Profil Perusahaan

[https://docs.google.com/forms/d/1QH-m3la\\_MbddCZQx\\_x5DXQw4ximotbqAaeaN5epYHHo/edit](https://docs.google.com/forms/d/1QH-m3la_MbddCZQx_x5DXQw4ximotbqAaeaN5epYHHo/edit)

1/10

**6. Lokasi kantor utama perusahaan \***

Tuliskan lokasi kantor utama (induk) perusahaan anda sekarang

---

**7. Sektor produksi/jasa perusahaan \***

Tuliskan perusahaan anda bergerak di bidang/sektor apa. Contoh, Jasa Pengiriman, Makanan, dll.

---

**8. Jumlah karyawan \***

Tuliskan berapa jumlah karyawan di perusahaan anda saat ini

---

**9. Tahun pertama kali perusahaan berdiri \***

Tuliskan tanggal/bulan/tahun pertama kali berdiri perusahaan

---

*Example: December 15, 2012*

**10. Apakah perusahaan anda saat ini merupakan perusahaan independen atau perusahaan anak atau unit dari perusahaan lain? \***

*Mark only one oval.*

- Ya  
 Tidak

**11. Berapakah omzet penjualan perusahaan anda dalam satu tahun? \***

*Mark only one oval.*

- < 100 juta  
 >100 sd 250 juta  
 >250 sd 500 juta  
 > 500 sd 750 juta  
 > 750 juta sd 1 miliar  
 > 1 miliar

**Berikan penilaian anda terhadap atribut modal sosial berikut ini:****12. Di perusahaan, saya memiliki hubungan yang sangat baik dengan rekan kerja saya. \***

*Mark only one oval.*

- 1      2      3      4      5
- Sangat Tidak Setuju                  Sangat Setuju

13. **Rekan kerja saya mengetahui pengetahuan yang saya miliki kaitannya dengan kewenangan kerja saya. \***  
*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

14. **Saya mengetahui pengetahuan apa saja yang relevan untuk masing-masing rekan kerja saya. \***  
*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

15. **Di perusahaan saya, saya tahu siapa saja yang memiliki pengetahuan yang relevan dengan kewenangan kerja saya. \***  
*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

16. **Saya merasa dekat dan terhubung dengan rekan kerja saya. \***  
*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

17. **Saya tahu rekan kerja saya akan selalu membantu jika saya mengalami kesulitan. \***  
*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

18. **Saya dapat mempercayai rekan kerja saya untuk memberikan bantuan jika saya membutuhkannya. \***  
*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

19. **Saya dapat mengandalkan rekan kerja saya ketika membutuhkan dukungan dalam pekerjaan. \***  
*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju



20. **Saya dan rekan kerja saya selalu sepemahaman tentang apa yang penting di tempat kerja.** \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

21. **Saya dan rekan kerja saya selalu memiliki ambisi dan visi yang sama di tempat kerja.** \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

22. **Saya dan rekan kerja selalu antusias dalam mencapai tujuan dan misi kolektif perusahaan.** \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

23. **Budaya dan gaya manajemen perusahaan kami memiliki kesamaan dengan budaya dan gaya personal kami.** \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Skip to question 23.

**Berikan penilaian anda terhadap atribut pengetahuan berikut ini:**

24. **Di perusahaan saya, ketika seorang karyawan mempelajari hal baru, dia akan selalu membagi hal baru tersebut ke rekan kerjanya yang lain.** \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

25. **Di dalam perusahaan saya, karyawan mendapatkan lebih banyak pengetahuan melalui pertukaran informasi satu sama lain.** \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

26. Di perusahaan saya, berbagi pengetahuan satu sama lain adalah hal yang biasa. \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                  Sangat Setuju

27. Di perusahaan saya, karyawan saling berbagi pengalaman mereka. \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                  Sangat Setuju

Skip to question 27.

**Berikan penilaian anda terhadap atribut modal intelektual berikut ini:**

28. Perusahaan kami memiliki hubungan yang stabil dan baik dengan mitra kerja strategisnya. \*

Mark only one oval.

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                  Sangat Setuju

29. Perusahaan kami menyelesaikan masalah melalui kolaborasi yang efektif. \*

Mark only one oval.

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                  Sangat Setuju

30. Karyawan di perusahaan kami memiliki keterampilan yang unggul dalam pekerjaan dan fungsi kerja tertentu. \*

Mark only one oval.

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                  Sangat Setuju

31. Perusahaan kami menyediakan program pelatihan yang terancang dengan baik. \*

Mark only one oval.

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                  Sangat Setuju

**32. Perusahaan kami memiliki karyawan yang kreatif. \****Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

**33. Karyawan di perusahaan kami memiliki pengalaman kerja yang sesuai untuk digunakan dalam menyelesaikan pekerjaannya secara baik. \****Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

**34. Perusahaan kami merespon perubahan dengan sangat cepat. \****Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

**35. Perusahaan kami memberi penekanan pada pengembangan pasar baru. \****Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

**36. Budaya dan atmosfer perusahaan kami fleksibel dan nyaman. \****Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

**37. Secara keseluruhan prosedur operasi perusahaan kami sangat efisien. \****Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

**38. Perusahaan kami menjaga interaksi yang sesuai dengan para pemangku kepentingannya. \****Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

39. **Perusahaan kami mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.\***  
*Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

*Skip to question 39.*

**Berikan penilaian anda terhadap atribut lingkungan berikut ini:**

40. **Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, prosentase perusahaan yang gagal tinggi.\***

*Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

41. **Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, prosentase harga produk tinggi.\***

*Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

42. **Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, jumlah kompetitor di pasar tinggi.\***

*Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

43. **Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, banyak produk/layanan substitusi yang tersedia.\***

*Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

44. **Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, pilihan dan selera konsumen berubah sangat cepat.\***

*Mark only one oval.*

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

45. Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, konsumen baru memiliki pilihan dan selera produk yang berbeda dengan konsumen pada umumnya. \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

46. Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, konsumen terus mencari produk baru. \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

47. Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, teknologi berubah dengan cepat. \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

48. Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, perubahan teknologi menjadi peluang penting bagi perusahaan. \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

49. Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, perkembangan teknologi di tahun mendatang sulit diprediksi. \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju Sekali

50. Di Industri dimana perusahaan saya beroperasi, perkembangan teknologi memunculkan banyak ide baru tentang produk. \*

Mark only one oval.

1	2	3	4	5		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Skip to question 50.

**Berikan penilaian anda terhadap atribut inovasi berikut berdasarkan apa yang terjadi di perusahaan anda**

51. Apakah dalam tiga tahun terakhir ini, telah terjadi pengembangan (peningkatan) yang signifikan di perusahaan anda terhadap hal-hal berikut? \*

Mark only one oval per row.

	Ya	Tidak
Produk/Layanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proses Produksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proses Pengiriman/distribusi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pasar dan Penjualan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Strategi Bisnis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teknik Manajerial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teknik Pemasaran	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

52. Apakah dalam tiga tahun terakhir ini, perusahaan telah terlibat dalam aktivitas-aktivitas berikut? \*

Mark only one oval per row.

	Ya	Tidak
Riset dan pengembangan internal (internal R&D)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Riset dan pengembangan eksternal (external R&D)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pembelian perangkat keras elektronik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pengambilan ilmu pengetahuan dari luar perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Penelitian pasar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pengiriman karyawan ke pelatihan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

53. Apakah dalam tiga tahun terakhir ini, perusahaan telah mengakses informasi dari sumber-sumber berikut? \*

Mark only one oval per row.

	Ya	Tidak
Pelanggan/konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klien/mitra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan konsultan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetitor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Universitas/kampus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lembaga penelitian	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kementerian/lembaga pemerintahan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jurnal-jurnal akademik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konferensi atau seminar profesional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

54. Selama tiga tahun terakhir ini, adakah hambatan-hambatan yang menyulitkan proses atau aktivitas inovasi di perusahaan anda? \*

Mark only one oval.

- Ya, ada  
 Tidak ada

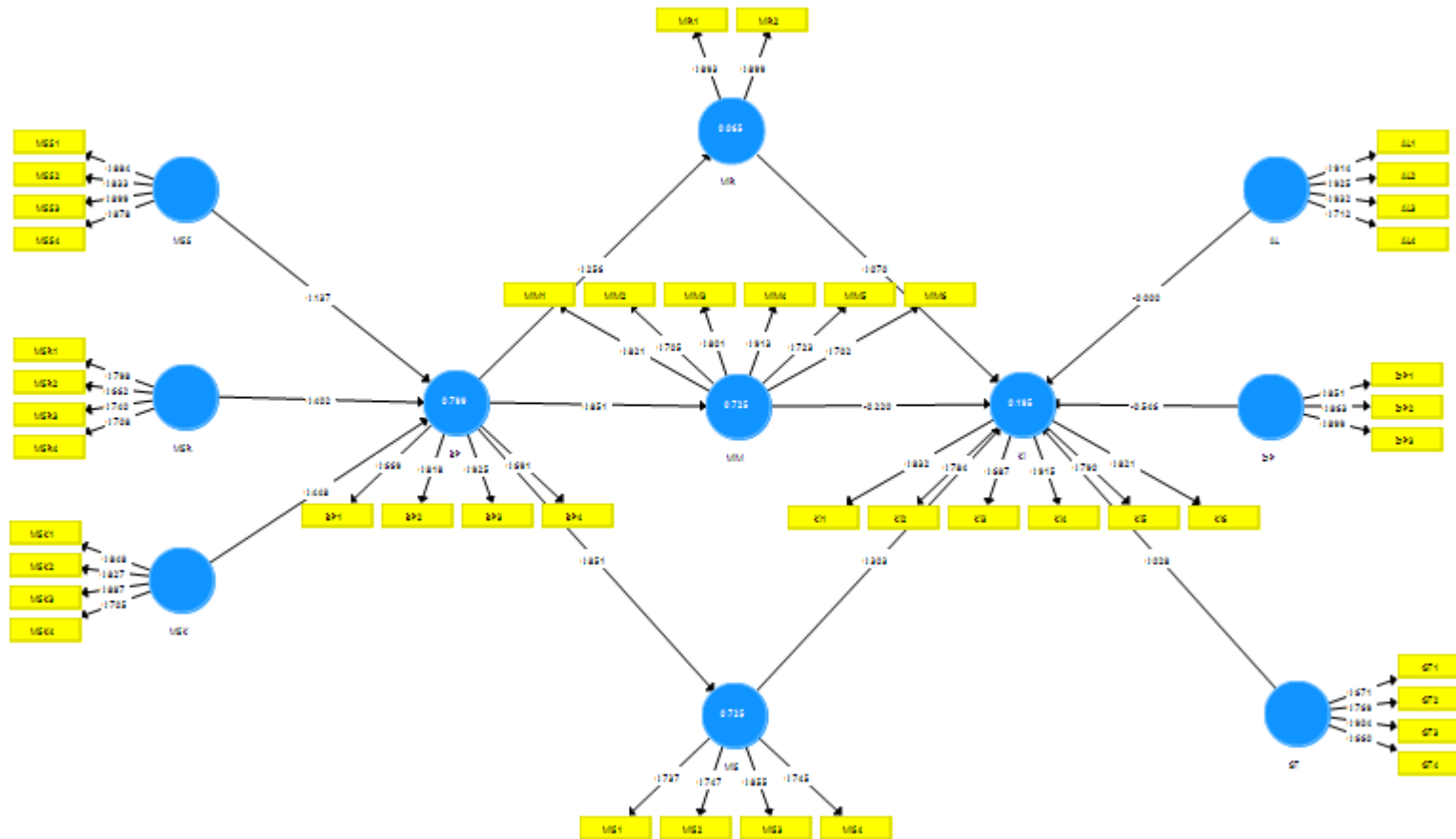
**55. Kalau ada, berikan penilaian anda terhadap hambatan-hambatan berikut berdasarkan tingkat penghambatannya:**

1 = Sangat tidak menghambat, 2 = Tidak menghambat, 3 = Menghambat, 4 = Sangat menghambat

Mark only one oval per row.

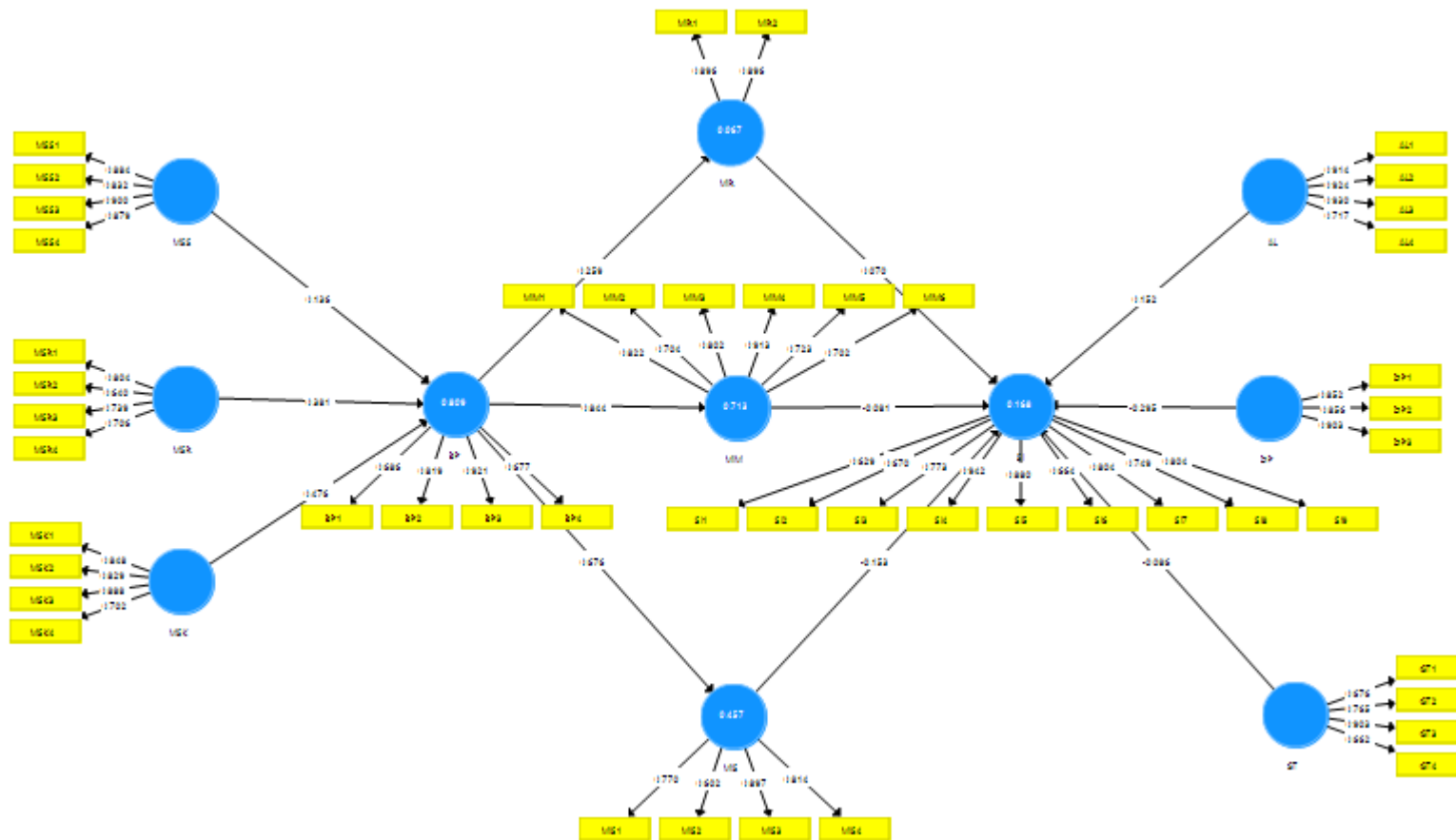
	1	2	3	4
Risiko keuangan yang tinggi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biaya inovasi yang tinggi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biaya perolehan modal yang tinggi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ketersediaan dana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Akses terhadap tenaga kerja yang berkualifikasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurangnya informasi pasar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dominasi pasar oleh perusahaan lain	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ketidakpastian permintaan atas kebaruan pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peraturan pemerintah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Lampiran 2. Hasil Perhitungan Model Penelitian Satu





### Lampiran 3. Hasil Perhitungan Model Penelitian Kedua



### Lampiran 4. Hasil Perhitungan Model Penelitian Ketiga

