

Artikel Penelitian

Strategic Knowledge Management terhadap *Intellectual Capital* dan *Innovation Performance* UKM Manufaktur di Kota Bandar Lampung

Indra Rizky Kurnia Hutabarat, Muhammad Fitriadi, Asyh Hadawiyah *

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sumatera, Lampung, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 21 Desember 2025

Revisi Akhir: 30 Desember 2025

Diterbitkan Online: 03 Januari 2026

KATA KUNCI

Inovasi
Intelektual
Kinerja
Manajemen
UKM

KORESPONDENSI (*)

Phone: +62 85764148316

E-mail: asyhadawiyah@gmail.com

A B S T R A K

UKM manufaktur di Kota Bandar Lampung menghadapi keterbatasan dalam meningkatkan daya saing akibat pengelolaan pengetahuan yang belum terarah dan pemanfaatan modal intelektual yang belum optimal. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya kemampuan inovasi dan lemahnya kinerja pasar UKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Strategic Knowledge Management* dalam membentuk *Intellectual Capital* serta dampaknya terhadap *Innovation Performance* dan *Market Performance* pada UKM manufaktur. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei dengan instrumen kuesioner. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas sumber daya manusia ($\beta > 0$; $p < 0,05$), kekuatan hubungan eksternal ($\beta > 0$; $p < 0,05$), dan dukungan struktur organisasi ($\beta > 0$; $p < 0,05$). Selanjutnya, *Intellectual Capital* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Innovation Performance* ($p < 0,05$) dan *Market Performance* ($p < 0,05$), yang mengindikasikan peran strategis modal intelektual dalam meningkatkan daya saing UKM. Namun demikian, temuan juga menunjukkan bahwa praktik *Strategic Knowledge Management* pada UKM masih cenderung bersifat informal sehingga kontribusinya belum optimal. Penelitian ini merekomendasikan penguatan pengelolaan pengetahuan yang lebih terstruktur sebagai strategi kunci untuk mendorong inovasi dan keberlanjutan kinerja UKM manufaktur.

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian global yang dinamis serta kompetitif menjadikan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai komponen penting pendorong pertumbuhan ekonomi, tak terkecuali di Kota Bandar Lampung [1]. Peran strategis UKM tersebut tergambar pada kontribusi besarnya terhadap produk domestik bruto sekaligus kemampuannya menciptakan dan menyerap banyak tenaga kerja, sehingga keberlanjutan serta daya saing UKM menjadi isu prioritas [2]. Tekanan persaingan, perubahan permintaan pasar, dan kemajuan teknologi mengharuskan UKM tidak hanya berkonsentrasi pada operasional, melainkan juga perlu beradaptasi lewat penyusunan strategi berorientasi inovasi dan pembelajaran berkelanjutan. Urgensi penerapan manajemen pengetahuan secara strategis semakin nyata sebagai wahana untuk mengelola, mengembangkan, serta mendayagunakan pengetahuan organisasi secara optimal dalam rangka meningkatkan kemampuan inovasi dan memperkuat modal intelektual [3]. Pengetahuan merupakan sumber daya bernilai tinggi yang berperan langsung membentuk keunggulan kompetitif, sehingga orientasi pengelolaan UKM mengalami pergeseran dari ketergantungan pada aset fisik menuju penguatan kualitas sumber daya manusia, kemampuan berbagi pengetahuan, dan sistem manajemen pengetahuan yang efektif serta terintegrasi [4].

Pengelolaan pengetahuan yang efektif telah menjadi pondasi kritis bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk tidak hanya meningkatkan kinerja operasional tetapi juga membangun ketahanan kompetitif di tengah pasar yang semakin padat

dan kompetitif [5]. Gelombang transformasi digital dan percepatan aliran informasi telah secara fundamental mengubah lanskap bisnis, mendorong perubahan pola kerja dan memfasilitasi interaksi yang lebih dinamis di antara pelaku usaha; kemudahan aksesibilitas dan kolaborasi pengetahuan secara daring dalam era ini terbukti menjadi katalis langsung bagi pertumbuhan produktivitas [6]. Pergeseran paradigma ini mengangkat manajemen pengetahuan dari posisi sekunder menjadi kerangka strategis yang integral yang memungkinkan UKM untuk secara sistematis mengkurasi, mengintegrasikan, dan mendayagunakan aset pengetahuan baik yang tersembunyi di dalam organisasi maupun yang bersumber dari ekosistem eksternal. Kapasitas untuk memanfaatkan pengetahuan ini secara optimal pada akhirnya berfungsi sebagai motor penggerak inovasi yang berkelanjutan, sekaligus membentuk kapabilitas organisasi yang lebih tangguh dan adaptif, sehingga UKM tidak sekadar bertahan melainkan dapat berkembang dan unggul dalam dinamika lingkungan bisnis yang terus-menerus berubah dan penuh ketidakpastian [7].

Pelatihan dan pengembangan yang dilakukan secara langsung merupakan bagian dari pengelolaan sumber daya manusia yang efektif, tidak lagi sekadar fungsi administratif, melainkan telah menjadi inti dari strategi bisnis untuk menciptakan lingkungan kerja yang inovatif [8]. Melalui praktik berbagi pengetahuan yang terstruktur, organisasi dapat meningkatkan kemampuan inovatif mereka, memungkinkan respons adaptif terhadap tantangan pasar global [9]. Dalam konteks ini, keberhasilan UMKM sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam menciptakan, memperoleh, dan memanfaatkan pengetahuan untuk meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan [10]. Pentingnya manajemen pengetahuan dalam mendorong inovasi juga terlihat dari kemampuannya untuk memfasilitasi pertukaran ide dan pengalaman antar karyawan, yang pada gilirannya akan menghasilkan solusi-solusi baru dan peningkatan kinerja bisnis secara menyeluruh [11].

Menurut Aswan Satrio Baiquny dan Yasmine Nasution [12], penelitian tentang modal intelektual dan inovasi di UKM selama ini umumnya berfokus untuk menjelaskan pengaruh faktor internal organisasi terhadap kinerja usaha secara umum. Penelitian ini kemudian dikembangkan dengan memperluas fokus kajiannya, tidak lagi sekadar pada hubungan internal, melainkan memahami bagaimana hasil inovasi dan modal intelektual itu dikonversikan menjadi kinerja pasar. Perbedaannya terletak pada objek dan cara mengukur, jika penelitian sebelumnya menitikberatkan analisis pada UKM inovatif di wilayah Jabodetabek dengan pengukuran kinerja usaha yang bersifat agregat dan tanpa memisahkan dimensi kinerja pasar, maka penelitian ini justru mengkaji UKM manufaktur di Kota Bandar Lampung dan secara tegas memasukkan *market performance* sebagai variabel kinerja strategis. Posisi ini memungkinkan analisis yang lebih spesifik terhadap capaian pasar sebagai luaran nyata dari pengelolaan pengetahuan, sehingga penelitian ini menempatkan diri sebagai studi yang memperluas dan mempertajam riset sebelumnya melalui penguatan konteks objek dan pendalaman dimensi kerjanya.

Berdasarkan perbedaan posisi penelitian tersebut, manajemen pengetahuan strategis tidak hanya berperan sebagai alat untuk mengelola informasi, tetapi juga sebagai katalisator utama dalam pengembangan modal intelektual dan peningkatan daya saing inovatif, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya [13]. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji secara mendalam bagaimana manajemen pengetahuan strategis dapat diimplementasikan secara efektif dalam konteks UMKM manufaktur di Kota Bandar Lampung untuk mendorong peningkatan modal intelektual dan kinerja inovasi mereka [14]. Studi ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris kontribusi manajemen pengetahuan strategis terhadap pengembangan modal intelektual dan peningkatan kinerja inovasi pada karyawan UMKM manufaktur di Bandar Lampung, mengingat peran krusial inovasi dalam menopang kinerja perusahaan. Kemampuan organisasi untuk mengelola pengetahuan terbukti signifikan dalam mendorong inovasi [15].

Penerapan manajemen pengetahuan secara terstruktur memungkinkan UKM mengidentifikasi, mengorganisasi, dan mendistribusikan aset intelektual organisasi secara efektif. Aset pengetahuan yang telah terekam dan terkelola kemudian dapat dioptimalkan pemanfaatannya untuk mendukung kegiatan operasional rutin serta menjadi dasar yang kokoh dalam proses pengambilan keputusan strategis. Struktur pengelolaan yang sistematis mendorong terciptanya budaya kerja inovatif, mempercepat mekanisme pembelajaran internal organisasi, serta meningkatkan kinerja bisnis secara menyeluruh. Strategi manajemen pengetahuan yang konsisten membantu UKM membangun kapabilitas adaptif, sehingga mampu merespons perubahan lingkungan bisnis dan mengeksplorasi peluang-peluang baru. Kapabilitas semacam ini menjadi faktor krusial bagi UKM untuk menjawab tantangan persaingan yang dinamis serta mendorong pengembangan inovasi produk dan proses secara berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Intellectual Capital

Intellectual Capital dalam sebuah organisasi merujuk pada aset tidak berwujud yang dimiliki dan dimanfaatkan untuk menciptakan nilai tambah. Aset ini mencakup pengetahuan, keterampilan, pengalaman, serta kemampuan individu yang terintegrasi dengan sistem dan struktur organisasi. *Intellectual Capital* juga tercermin dalam hubungan organisasi dengan pelanggan, mitra, dan pemangku kepentingan lainnya. Keberadaan aset ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan organisasi [16]. Pengelolaan *Intellectual Capital* yang baik memungkinkan organisasi memanfaatkan pengetahuan secara optimal untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas kinerja. *Intellectual Capital* tidak hanya berfungsi sebagai pendukung aktivitas operasional, tetapi juga sebagai sumber keunggulan strategis dalam menghadapi persaingan dan perubahan lingkungan bisnis [17].

Intellectual Capital dibangun atas tiga komponen utama yang meliputi *Human Capital*, *Structural Capital*, dan *Relational Capital* [18]. *Human Capital* mencakup pengetahuan, keterampilan, pengalaman, serta motivasi setiap individu anggota organisasi. Aspek ini menjadi fondasi kemampuan organisasi dalam melakukan inovasi dan meningkatkan kinerja operasionalnya secara berkelanjutan. *Structural Capital* merujuk pada seluruh pengetahuan yang telah terlembaga dan tertanam dalam organisasi, mencakup sistem informasi, prosedur kerja, database, teknologi, paten, dan budaya perusahaan. Keberadaan *Structural Capital* memastikan proses bisnis berjalan secara efektif, efisien, dan konsisten tanpa bergantung sepenuhnya pada individu tertentu. *Relational Capital* berkaitan dengan kualitas hubungan dan jaringan yang dimiliki organisasi dengan pihak eksternal, seperti pelanggan, pemasok, mitra strategis, regulator, dan komunitas. Modal ini berfungsi membangun kepercayaan, loyalitas, reputasi, serta membuka akses terhadap sumber daya dan peluang pasar yang vital bagi kelangsungan dan pertumbuhan organisasi [19]. Integrasi dan pengelolaan ketiga komponen ini secara sinergis membentuk inti dari *Intellectual Capital* yang dikelola dengan baik berperan dalam menghasilkan nilai tambah sekaligus memperkuat keunggulan bersaing organisasi yang berkelanjutan.

Strategic Knowledge Management

Strategic Knowledge Management adalah suatu proses pengelolaan pengetahuan yang dilaksanakan secara sistematis dan terencana, selaras dengan tujuan strategis organisasi. Proses ini mencakup serangkaian aktivitas inti meliputi penciptaan atau akuisisi pengetahuan, penyimpanan dan pengorganisasian pengetahuan dalam sistem yang terstruktur, pendistribusian pengetahuan kepada seluruh pihak yang berkepentingan, serta pemanfaatan pengetahuan tersebut untuk mendukung pengambilan keputusan yang efektif. Pengetahuan yang dikelola bersumber dari berbagai tingkatan dalam organisasi, baik dari individu-individu, kelompok atau tim kerja, maupun dari berbagai sistem dan prosedur yang telah diterapkan. Pendekatan ini menempatkan pengetahuan sebagai aset strategis utama yang secara langsung berkontribusi pada pencapaian keunggulan kompetitif organisasi [20].

Penerapan *Strategic Knowledge Management* memiliki peran krusial dalam memastikan keberlanjutan pengetahuan organisasi dengan cara mengelola informasi secara sistematis, terdokumentasi, dan dapat diakses oleh seluruh anggota. Hal ini menjamin bahwa pengetahuan penting tetap lestari walau terjadi pergantian karyawan atau transformasi struktur kerja. Melalui proses ini, akumulasi pengalaman, keahlian, dan pembelajaran masa lalu dapat terus dijadikan landasan untuk mengambil keputusan dan menyusun strategi organisasi. Selain itu, pengelolaan pengetahuan yang terencana turut memicu terciptanya pembelajaran organisasi yang berkesinambungan, di mana setiap individu tidak sekadar bertukar informasi, tetapi juga membangun pemahaman bersama yang pada akhirnya memperkuat kapabilitas internal organisasi. Situasi ini meningkatkan ketangguhan organisasi dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal, menjawab dinamika permintaan pasar, serta mempertahankan daya saing melalui optimalisasi pengetahuan sebagai aset strategis yang bernilai tinggi dalam jangka panjang [21].

Innovation Performance

Innovation Performance menunjukkan kemampuan menyeluruh organisasi untuk menciptakan, mengelola, dan menerapkan ide baru yang memberikan nilai tambah nyata. Nilai ini terwujud melalui perbaikan produk, proses yang lebih efisien, serta cara kerja yang lebih mudah menyesuaikan kebutuhan lingkungan. Kinerja inovasi tidak hanya diukur dari produk akhir yang berhasil, tetapi juga dari konsistensi organisasi dalam menghasilkan gagasan baru yang relevan, dapat diterapkan, dan terus berkembang seiring perubahan teknologi dan dinamika pasar. Proses ini membutuhkan kemampuan organisasi dalam mengenali peluang, mengendalikan risiko, serta mengambil pelajaran dari pengalaman sebelumnya sebagai dasar untuk inovasi berikutnya [22]. Kinerja inovasi sekaligus mencerminkan keahlian organisasi

dalam menggabungkan pengetahuan internal dari pengalaman, keahlian, dan budaya kerja dengan pengetahuan eksternal dari pelanggan, mitra, maupun tren industri. Hasil penggabungan ini adalah pembaruan yang bernilai strategis dan tidak mudah ditiru pesaing. Integrasi pengetahuan tersebut menjadikan inovasi sebagai keunggulan bersaing yang langgeng dan memperkokoh posisi organisasi dalam persaingan jangka panjang [23].

Organisasi dengan *Innovation Performance* yang tinggi umumnya mampu mengintegrasikan inovasi inkremental dan inovasi radikal secara seimbang. Inovasi inkremental berfokus pada penyempurnaan berkelanjutan terhadap produk atau proses yang sudah ada, sedangkan inovasi radikal menghasilkan terobosan baru yang mengubah cara organisasi beroperasi atau bersaing. Kemampuan mengelola kedua jenis inovasi tersebut memungkinkan organisasi meningkatkan efisiensi operasional sekaligus membangun keunggulan kompetitif jangka panjang di tengah lingkungan bisnis yang dinamis [24].

Market Performance

Market Performance mencerminkan keberhasilan organisasi dalam mengubah strategi bisnis dan pemasaran menjadi pencapaian konkret di pasar. Hal ini tercermin dari kemampuan organisasi menarik minat konsumen, mempertahankan loyalitas pelanggan, serta memperluas pangsa pasar secara berkelanjutan. Kinerja pasar menjadi tolok ukur kritis untuk menilai sejauh mana produk atau jasa memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. *Market Performance* juga menggambarkan daya saing organisasi relatif terhadap para pesaingnya [25]. *Market Performance* sering diposisikan sebagai indikator utama keberhasilan organisasi dari sudut pandang eksternal, karena secara langsung menunjukkan respons pasar terhadap strategi yang diterapkan. Pemahaman mengenai kinerja pasar ini umumnya didasarkan pada aspek-aspek utama seperti pertumbuhan penjualan, peningkatan pangsa pasar, tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta kemampuan organisasi mempertahankan posisi yang stabil dan kompetitif di tengah dinamika pasar yang terus berubah. *Market Performance* umumnya dipahami melalui beberapa aspek utama berikut [26].

1. Kinerja penjualan, yang menunjukkan kemampuan organisasi meningkatkan volume dan nilai penjualan sebagai cerminan daya tarik produk atau jasa di pasar.
2. Pertumbuhan pangsa pasar, yang mencerminkan posisi relatif organisasi dibandingkan pesaing serta keberhasilan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.
3. Penerimaan pasar, yang terlihat dari tingkat kepuasan pelanggan, loyalitas, dan kekuatan merek yang terbentuk di benak konsumen.

Market Performance yang kuat menunjukkan kemampuan organisasi untuk benar-benar mengerti kebutuhan, selera, dan kebiasaan pelanggannya. Ini juga menunjukkan bagaimana mereka tanggap terhadap perubahan pasar dengan strategi yang tepat. Kinerja pasar yang bagus tidak hanya dilihat dari pendapatan dan penjualan yang naik, tapi juga dari bagaimana organisasi bisa membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan. Hal ini dicapai dengan menjaga kualitas produk atau layanan yang konsisten dan berharga. Kemampuan ini sangat penting untuk kelangsungan usaha karena organisasi bisa menjaga pelanggan setia sambil merangkul pelanggan baru. Posisi pasar yang stabil ini akhirnya memperkuat daya saing organisasi, membuatnya tidak gampang terpengaruh persaingan, dan menjadi pondasi kuat untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan [27].

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh *Strategic Knowledge Management* terhadap *Intellectual Capital* dapat dijelaskan melalui peran pengetahuan dalam membentuk aset tidak berwujud organisasi. *Intellectual Capital* terdiri atas *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* yang seluruhnya bersumber dari proses pengelolaan pengetahuan. *Human capital* berkembang ketika organisasi secara aktif mendorong pembelajaran, pelatihan, dan berbagi pengalaman kerja. Kompetensi dan keterampilan individu meningkat seiring dengan adanya sistem manajemen pengetahuan yang terarah. *Structural capital* terbentuk melalui dokumentasi pengetahuan, prosedur kerja, sistem informasi, dan budaya organisasi yang mendukung pembelajaran berkelanjutan. *Relational capital* tumbuh ketika pengetahuan digunakan untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, pemasok, dan mitra usaha. Pengelolaan pengetahuan yang strategis memperkuat ketiga komponen tersebut sehingga *Intellectual Capital* organisasi meningkat secara menyeluruh [28]. Hubungan antara *Strategic Knowledge Management* dan *Innovation Performance* muncul karena inovasi sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam mengolah pengetahuan. Inovasi tidak lahir secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil kombinasi antara pengetahuan lama dan pengetahuan baru. Pengelolaan pengetahuan yang baik memungkinkan organisasi mengakses ide, pengalaman, serta informasi yang relevan untuk menciptakan solusi baru. Proses berbagi pengetahuan mendorong pertukaran gagasan antarindividu sehingga memicu munculnya ide inovatif. Pemanfaatan pengetahuan yang tepat juga

membantu organisasi memperbaiki proses kerja, meningkatkan kualitas produk, dan mengembangkan metode produksi yang lebih efisien [29].

Strategic Knowledge Management berperan sebagai fondasi yang menghubungkan *Intellectual Capital* dan *Innovation Performance*. *Intellectual Capital* menyediakan sumber daya pengetahuan yang dibutuhkan untuk berinovasi, sedangkan manajemen pengetahuan strategis memastikan bahwa sumber daya tersebut dapat dimanfaatkan secara efektif. Organisasi yang mampu mengelola pengetahuan secara terarah cenderung memiliki kemampuan inovasi yang lebih tinggi karena pengetahuan tidak terfragmentasi dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Inovasi yang dihasilkan bersifat berkelanjutan karena didukung oleh sistem pembelajaran organisasi yang kuat. Pengaruh tersebut menjadi semakin penting dalam konteks UKM manufaktur. Keterbatasan sumber daya fisik dan finansial mendorong UKM untuk mengandalkan pengetahuan sebagai keunggulan bersaing. *Strategic Knowledge Management* membantu UKM memaksimalkan potensi sumber daya manusia, memperkuat sistem kerja internal, serta meningkatkan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar. *Intellectual Capital* yang kuat memungkinkan UKM menghasilkan inovasi produk dan proses yang relevan dengan kebutuhan konsumen. *Innovation Performance* yang baik pada akhirnya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha [30].

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis hubungan antara *Strategic Knowledge Management*, *Intellectual Capital*, *Innovation Performance*, dan *Market Performance* pada UKM manufaktur di Kota Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM yang beroperasi di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung [31], jumlah UKM yang terdaftar mencapai 14.528 unit. Data tersebut belum memisahkan secara spesifik jumlah UKM manufaktur, sehingga penelitian ini memfokuskan analisis pada pengujian hubungan antarvariabel, bukan pada generalisasi parameter populasi secara menyeluruh. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner yang disusun berdasarkan kajian literatur dan temuan penelitian terdahulu. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *purposive sampling*. Responden dipilih berdasarkan kriteria sebagai pelaku atau karyawan UKM manufaktur yang terlibat langsung dalam aktivitas operasional serta memahami kondisi internal organisasi. Pemilihan teknik tersebut bertujuan memastikan responden memiliki pengalaman dan pengetahuan yang memadai sehingga mampu memberikan informasi yang relevan dan akurat. Data yang diperoleh diharapkan mampu merepresentasikan variabel penelitian secara tepat, khususnya *Intellectual Capital*, *Innovation Performance*, dan *Market Performance*.

Penentuan jumlah sampel mengacu pada kaidah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* yang lebih menekankan kompleksitas model dibandingkan ukuran populasi. Aturan *10-times rule* digunakan sebagai dasar penentuan sampel minimum, yaitu sepuluh kali jumlah hubungan struktural terbanyak yang memengaruhi satu variabel hasil. Model penelitian menunjukkan bahwa konstruk *Intellectual Capital* memiliki empat jalur prediktor, sehingga jumlah sampel minimum yang direkomendasikan adalah 40 responden. Penelitian ini melibatkan 129 responden, jumlah tersebut telah melampaui batas minimum yang disyaratkan dan dinilai memadai untuk menghasilkan estimasi model yang stabil serta dapat diinterpretasikan secara ilmiah. Instrumen penelitian menggunakan Skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persepsi dan sikap responden terhadap setiap pernyataan. Skala penilaian terdiri atas 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Variabel *Strategic Knowledge Management* diukur melalui 5 indikator yang mencerminkan pengelolaan pengetahuan organisasi. Variabel *Intellectual Capital* diukur menggunakan 13 indikator yang merepresentasikan *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. Variabel *Innovation Performance* diukur melalui 5 indikator yang menggambarkan kemampuan inovasi produk dan proses. Variabel *Market Performance* diukur menggunakan 3 indikator yang mencerminkan kinerja pasar dan daya saing usaha. Seluruh data dianalisis secara kuantitatif sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian diawali dengan penyajian karakteristik demografis seluruh responden. Aspek-aspek yang dideskripsikan mencakup usia, jenis kelamin, lama kerja di UKM, bidang pekerjaan, serta jenis usaha manufaktur yang menjadi tempat kerja responden. Penyajian profil ini dimaksudkan untuk memberikan konteks yang jelas mengenai latar belakang subjek penelitian. Pemahaman terhadap karakteristik responden memungkinkan interpretasi data yang lebih mendalam, sehingga temuan penelitian dapat dianalisis secara lebih kontekstual dan sesuai dengan realitas di lapangan.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Responden

Kategori	Kriteria	Jumlah	Persentase
Usia	18-25	64	49,6%
	26-30	44	34,1%
	31-40	10	7,8%
	>40	11	8,5%
Jenis Kelamin	Perempuan	59	45,7%
	Laki-laki	70	54,3%
Lama Bekerja di UKM	< 1 tahun	36	27,9%
	1-3 tahun	51	39,5%
	4-6 tahun	28	21,7%
	> 6 tahun	14	10,9%
Bidang Pekerjaan	Produksi	46	35,7%
	Administrasi	26	20,2%
	Logistik / Gudang	25	19,4%
	Pemasaran / Penjualan	31	24%
	Other (Pendidik)	1	0,8%
Jenis UKM Manufaktur	Konveksi	25	19,4%
	Bengkel / Fabrikasi logam	30	23,3%
	Percetakan	22	17,1%
	Furnitur / Kayu	27	20,9%
	Kuliner produksi	23	17,8%
	Other (Farmasi, Kontraktor)	2	1,6%

Berdasarkan data demografis responden pada Tabel 1, komposisi usia responden menunjukkan bahwa kelompok usia 18-25 tahun mendominasi dengan jumlah 64 orang (49,6%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa UKM manufaktur banyak melibatkan tenaga kerja usia muda yang masih berada pada tahap awal usia produktif. Kelompok usia 26-30 tahun menempati urutan berikutnya dengan jumlah 44 orang (34,1%), yang menunjukkan peran tenaga kerja usia dewasa awal masih cukup signifikan. Sementara itu, responden berusia 31-40 tahun berjumlah 10 orang (7,8%), dan kelompok usia di atas 40 tahun sebanyak 11 orang (8,5%). Komposisi tersebut menggambarkan bahwa UKM manufaktur cenderung menjadi sarana awal pengembangan pengalaman kerja sebelum tenaga kerja memasuki fase karier yang lebih stabil.

Penjelasan komposisi responden menggambarkan sebanyak 70 orang (54,3%) merupakan laki-laki dan 59 orang (45,7%) merupakan perempuan. Kondisi ini mencerminkan realitas sektor manufaktur yang secara tradisional didominasi pekerjaan operasional dan teknis, meskipun partisipasi perempuan tetap menunjukkan porsi yang nyaris setara. Mayoritas responden memiliki masa kerja 1 hingga 3 tahun dengan jumlah 51 orang (39,5%), diikuti oleh responden berpengalaman kurang dari setahun sebanyak 36 orang (27,9%), kemudian kelompok berpengalaman empat hingga enam tahun sebanyak 28 orang (21,7%), serta kelompok paling senior dengan pengalaman lebih dari enam tahun sebanyak 14 orang (10,9%). Variasi masa kerja ini memberikan landasan bahwa sebagian besar peserta penelitian telah memiliki pemahaman memadai terhadap proses kerja dan dinamika operasional UKM, sehingga dapat memberikan respons yang relevan berdasarkan pengalaman lapangan mereka.

Bidang pekerjaan responden didominasi oleh bagian produksi dengan jumlah 46 orang (35,7%), yang menegaskan bahwa aktivitas utama UKM manufaktur berfokus pada proses pengolahan dan pembuatan produk. Bidang pemasaran atau penjualan melibatkan 31 orang (24%), diikuti oleh bidang administrasi sebanyak 26 orang (20,2%), serta logistik atau gudang sebanyak 25 orang (19,4%). Jenis UKM manufaktur yang terlibat paling banyak berasal dari bengkel atau fabrikasi logam dengan jumlah 30 orang (23,3%). Sektor furnitur atau kayu melibatkan 27 orang (20,9%), konveksi sebanyak 25 orang (19,4%), kuliner produksi sebanyak 23 orang (17,8%), dan percetakan sebanyak 22 orang (17,1%), sementara kategori lainnya memiliki jumlah yang relatif kecil. Keberagaman jenis UKM tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini mencakup berbagai sektor manufaktur sehingga hasil yang diperoleh mampu menggambarkan kondisi UKM secara lebih luas dan menyeluruh.

Analisis data dimulai dengan menguji model pengukuran. Tujuan pengujian ini adalah memastikan konstruk penelitian memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Salah satu tahap kuncinya adalah pengujian validitas diskriminan. Uji ini

diperlukan untuk memverifikasi bahwa setiap variabel laten dalam penelitian benar-benar mewakili konsep yang berbeda satu sama lain. Penelitian ini menggunakan kriteria Fornell-Larcker sebagai metode pengujian validitas diskriminan. Kriteria ini membandingkan dua nilai untuk setiap konstruk. Nilai pertama adalah akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai kedua adalah korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model. Suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik jika akar kuadrat AVE-nya lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain. Seluruh hasil perhitungan dan perbandingan ini disajikan secara lengkap dalam tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Diskriminan

Variabel	HC	IC	IP	MP	RC	SC	SKM
HC	0,817						
IC	0,499	0,730					
IP	0,308	0,463	0,823				
MP	0,264	0,412	0,458	0,838			
RC	0,434	0,463	0,433	0,310	0,818		
SC	0,480	0,968	0,487	0,441	0,448	0,762	
SKM	0,452	0,743	0,260	0,153	0,440	0,590	0,819

Hasil analisis pada Tabel 2 mengungkapkan bahwa model pengukuran penelitian ini telah memenuhi syarat validitas diskriminan. Pembuktiannya terlihat dari nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk yang selalu lebih tinggi dibandingkan angka korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Sebagai contoh, konstruk *Human Capital* (HC) memiliki akar kuadrat AVE sebesar 0,817. Angka ini jauh lebih besar ketimbang korelasinya dengan *Intellectual Capital* (0,499), *Innovation Performance* (0,308), dan *Market Performance* (0,264). Kriteria Fornell-Larcker juga terpenuhi untuk konstruk *Intellectual Capital* (IC). Konstruk ini memiliki akar kuadrat AVE 0,730 yang nilainya mengungguli korelasinya dengan HC (0,499), *Innovation Performance* (IP) sebesar 0,463, dan *Market Performance* (MP) sebesar 0,412. Pola serupa tampak pada konstruk *Innovation Performance* (IP). Nilai akar kuadrat AVE-nya, yaitu 0,823, terbukti lebih besar dari semua korelasinya dengan konstruk lain. Fakta ini menunjukkan bahwa IP merupakan konsep yang benar-benar berbeda dan tidak tercampur dengan konstruk lainnya.

Konstruk *Market Performance* (MP) juga menunjukkan hasil serupa dengan nilai akar kuadrat AVE 0,838. Angka ini lebih tinggi dibanding semua koefisien korelasinya, seperti dengan IC (0,412) dan IP (0,458). Selain itu, tiga konstruk lain yaitu *Relational Capital* (RC), *Structural Capital* (SC), dan *Strategic Knowledge Management* (SKM) juga berhasil memenuhi syarat. Masing-masing memiliki nilai akar kuadrat AVE yang lebih besar, yaitu 0,818, 0,762, dan 0,819, dibandingkan dengan nilai korelasi silangnya. Temuan ini menjadi bukti kuat bahwa setiap variabel laten dalam penelitian mewakili konsep yang unik dan terpisah. Berdasarkan rangkaian hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa validitas diskriminan model pengukuran ini telah terpenuhi dengan baik. Pemenuhan kriteria ini menjamin bahwa setiap konstruk mewakili konsep yang unik dan berbeda sehingga model layak digunakan untuk analisis struktural lebih lanjut. Tahap evaluasi selanjutnya adalah menguji reliabilitas konstruk untuk memastikan konsistensi indikator dalam mengukur variabel laten.

Setelah validitas konvergen dan diskriminan dinyatakan terpenuhi, evaluasi model pengukuran dilanjutkan dengan menguji reliabilitas indikator. Uji ini berfokus pada konsistensi tiap indikator dalam merefleksikan konstruk laten yang diukur. Kriteria penilaiannya menggunakan nilai *outer loading*, dengan batas minimal 0,70 untuk menyatakan indikator reliabel. Hasil pengujian reliabilitas indikator dalam model penelitian ini ditampilkan secara lengkap pada Tabel 4.

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas Berdasarkan *Outer Loading*

Variabel	Dimensi	Item	Item Pertanyaan	<i>Outer Loading</i>	
				<i>Lower Order Construct</i>	<i>Higher Order Construct</i>
IC	HC	HC1	Karyawan di tempat kami terampil dalam pekerjaan mereka.	0,846	0,728
		HC3	Karyawan di tempat kerja kami memiliki keahlian yang tinggi.	0,787	
	RC	RC1	Karyawan di tempat kerja kami saling memahami tugas masing-masing.	0,900	0,772

Variabel	Dimensi	Item	Item Pertanyaan	Outer Loading	
				Lower Order Construct	Higher Order Construct
		RC2	Karyawan di tempat kerja kami bekerja sama untuk menyelesaikan masalah.	0,727	
		SC1	Tempat kerja kami memiliki sistem atau cara kerja yang membantu kelancaran pekerjaan.	0,807	
	SC	SC2	Peralatan dan fasilitas di tempat kerja kami mendukung kerja sama antar karyawan.	0,761	0,843
		SC4	Informasi atau dokumen kerja mudah ditemukan dan diakses saat diperlukan.	0,715	
		SKM1	Tempat kerja kami membuat atau memperbaiki strategi kerja berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki perusahaan.	0,743	
	SKM	SKM2	Tempat kerja kami memiliki arah atau rencana kerja yang mendukung pengembangan pengetahuan dan keterampilan karyawan.	0,889	0,753
		IP1	Produk atau layanan yang dihasilkan tempat kerja kami semakin baik dari waktu ke waktu.	0,814	0,825
	IP	IP4	Tempat kerja kami semakin baik dalam mempromosikan atau menawarkan produk kepada pelanggan.	0,831	0,821
		MP1	Penjualan produk di tempat kerja kami semakin meningkat dari waktu ke waktu.	0,875	0,875
	MP	MP2	Tempat kerja kami mampu menghasilkan keuntungan yang semakin baik.	0,798	0,799

Berdasarkan data dalam Tabel 3, seluruh indikator yang digunakan dalam model ini telah memenuhi standar reliabilitas. Setiap indikator memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari batas minimal 0,70. Hasil ini konsisten untuk semua jenis konstruk, baik konstruk tingkat dasar maupun konstruk tingkat lanjut. Pada konstruk *Intellectual Capital*, keempat dimensi penyusunnya yaitu *Human Capital*, *Relational Capital*, *Structural Capital*, dan *Strategic Knowledge Management* menunjukkan nilai *outer loading* yang memadai. Indikator HC1 dan HC3 memiliki nilai masing-masing sebesar 0,846 dan 0,787, yang menandakan bahwa kompetensi dan keterampilan karyawan mampu merefleksikan *Human Capital* dengan baik. Pada dimensi *Relational Capital*, indikator RC1 dan RC2 menunjukkan nilai loading sebesar 0,900 dan 0,727, yang mencerminkan kuatnya peran kerja sama dan pemahaman antar karyawan dalam membangun hubungan internal organisasi.

Dimensi *Structural Capital* juga memperlihatkan konsistensi indikator yang baik, dengan nilai *outer loading* pada indikator SC1, SC2, dan SC4 masing-masing sebesar 0,807, 0,761, dan 0,715. Hal ini menunjukkan bahwa sistem kerja, fasilitas pendukung, serta kemudahan akses informasi berperan dalam merepresentasikan struktur internal organisasi. Sementara itu, *Strategic Knowledge Management* diukur oleh indikator SKM1 dan SKM2 dengan nilai *outer loading* sebesar 0,743 dan 0,889, yang menandakan bahwa aspek perencanaan strategis berbasis pengetahuan telah terwakili secara memadai dalam konstruk tersebut.

Pada konstruk *Innovation Performance*, indikator IP1 dan IP4 memiliki nilai *outer loading* sebesar 0,814 dan 0,831, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk dan aktivitas promosi mampu mencerminkan kinerja inovasi secara konsisten. Selanjutnya, konstruk *Market Performance* diukur melalui indikator MP1 dan MP2 dengan nilai *outer loading* masing-masing sebesar 0,875 dan 0,798. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan dan peningkatan keuntungan merupakan indikator yang reliabel dalam menggambarkan kinerja pasar UKM manufaktur.

Hasil pengujian menunjukkan nilai *outer loading* pada konstruk bertingkat seperti *Intellectual Capital*, *Innovation Performance*, dan *Market Performance* semuanya melampaui batas 0,70. Hal ini membuktikan instrumen penelitian memiliki keandalan yang konsisten sehingga dapat menjadi dasar yang kuat untuk tahap analisis model struktural dan pengujian hipotesis selanjutnya.

Penelitian ini juga melakukan penilaian reliabilitas model secara menyeluruh dengan memeriksa konsistensi internal setiap konstruk laten. Pemeriksaan ini menggunakan tiga ukuran statistik yaitu *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Tujuan pengujian adalah memastikan semua indikator dalam satu konstruk benar-benar mengukur konsep yang sama secara ajek dan konsisten. Suatu konstruk dapat dinyatakan andal jika memenuhi beberapa syarat. Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* harus berada di atas batas minimum yang diterima. Sementara itu, nilai AVE harus lebih besar dari 0,50 sebagai tanda bahwa konstruk laten mampu menjelaskan lebih dari separuh varians dari indikator-indikatornya. Hasil lengkap perhitungan ketiga ukuran reliabilitas untuk setiap konstruk dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel yang disajikan berikut,

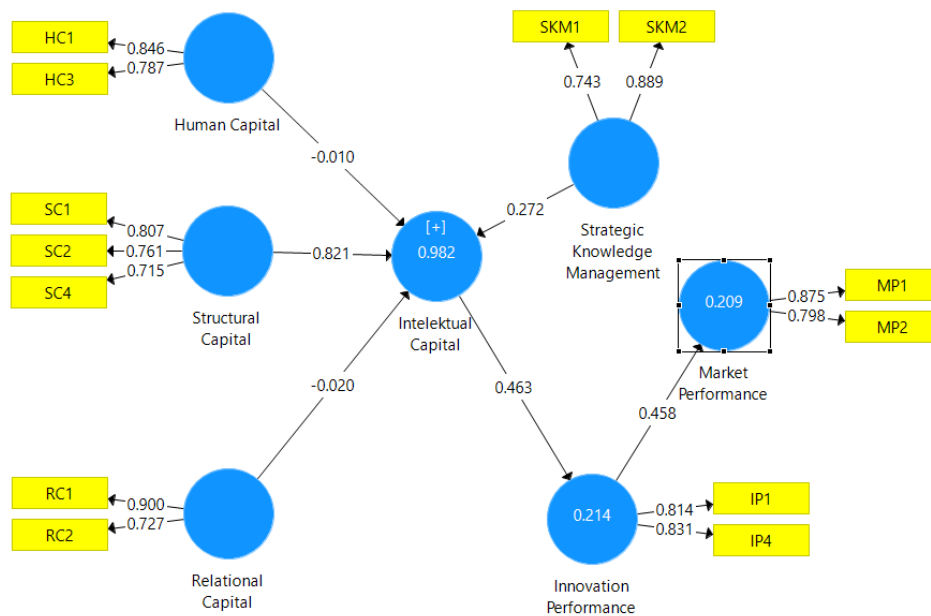
Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
HC	0,504	0,801	0,668
IC	0,708	0,820	0,532
IP	0,523	0,807	0,677
MP	0,579	0,824	0,702
RC	0,523	0,800	0,669
SC	0,637	0,805	0,580
SKM	0,523	0,802	0,671

Hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4 menunjukkan seluruh konstruk laten dalam penelitian ini. Seluruh konstruk laten berhasil mencapai nilai *Composite Reliability* yang lebih tinggi dari batas minimal 0,70. Hasil ini membuktikan setiap konstruk memiliki konsistensi pengukuran yang baik dan dapat dipercaya. Konstruk *Human Capital (HC)*, *Intellectual Capital (IC)*, *Innovation Performance (IP)*, *Market Performance (MP)*, *Relational Capital (RC)*, *Structural Capital (SC)*, dan *Strategic Knowledge Management (SKM)* secara keseluruhan memenuhi standar reliabilitas metode SEM-PLS. Pemenuhan syarat ini menjadi dasar bahwa model pengukuran siap digunakan untuk tahap analisis berikutnya.

Sebagian konstruk mencatat nilai *Cronbach's Alpha* dalam kategori sedang, yaitu antara 0,50 hingga 0,70. Kondisi ini masih dapat diterima karena penelitian bersifat eksploratif dan beberapa konstruk hanya menggunakan jumlah indikator yang terbatas. Keterbatasan nilai *Cronbach's Alpha* telah diimbangi oleh nilai *Composite Reliability* yang tinggi, sehingga akurasi pengukuran tiap konstruk tetap terjaga. Di sisi lain, semua konstruk menunjukkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* melebihi 0,50. Pencapaian ini mengonfirmasi bahwa lebih dari setengah keragaman data indikator dapat dijelaskan oleh konstruk latennya masing-masing. Validitas konvergen pada tingkat konstruk pun terpenuhi, yang menandakan indikator-indikator yang digunakan cukup mewakili konsep yang diukur.

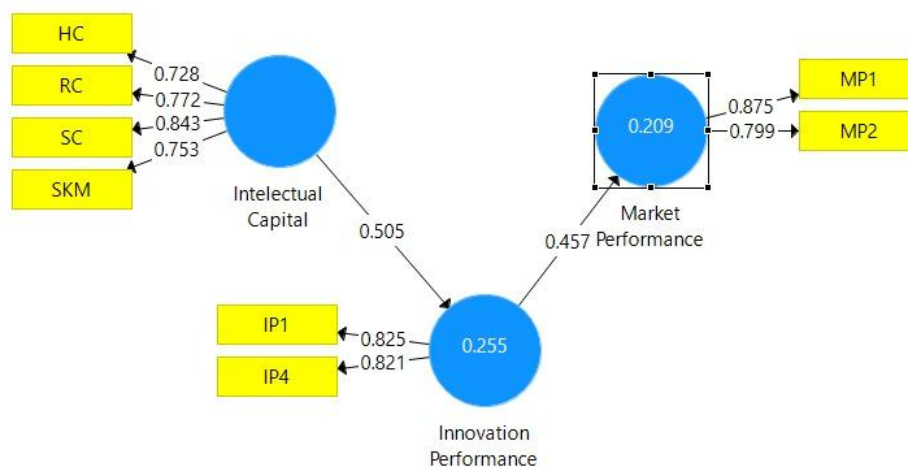
Pengujian reliabilitas secara keseluruhan menunjukkan bahwa semua konstruk dalam penelitian memiliki kualitas pengukuran yang baik dan konsisten. Model pengukuran kemudian dinyatakan layak untuk memasuki tahap analisis struktural yang akan menguji hubungan antarkonstruk. Pengujian hipotesis dilaksanakan dengan mengevaluasi model struktural menggunakan SmartPLS setelah aspek validitas dan reliabilitas terverifikasi. Evaluasi ini bertujuan menganalisis arah, kekuatan, dan signifikansi pengaruh antarvariabel laten untuk memahami fenomena yang dikaji. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang hubungan sebab akibat antar konstruk, sekaligus memperkuat landasan bagi pengembangan teori dan praktik di bidang manajemen pengetahuan, modal intelektual, inovasi, serta kinerja pasar.



Gambar 1, Model Struktural *First Order* Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, model struktural *First Order* menggambarkan keterkaitan antar konstruk laten yang terdiri atas *Human Capital*, *Structural Capital*, *Relational Capital*, *Strategic Knowledge Management*, *Intellectual Capital*, *Innovation Performance*, dan *Market Performance*. *Human Capital*, *Structural Capital*, *Relational Capital*, serta *Strategic Knowledge Management* diposisikan sebagai konstruk eksogen yang berperan dalam membentuk *Intellectual Capital*. Selanjutnya, *Intellectual Capital* berperan sebagai variabel mediator yang memengaruhi *Innovation Performance*. Model ini juga menunjukkan bahwa *Innovation Performance* memiliki hubungan langsung dengan *Market Performance*, yang merepresentasikan dampak inovasi terhadap kinerja pasar UKM manufaktur.

Setiap konstruk laten diukur menggunakan indikator-indikator reflektif yang telah diseleksi berdasarkan hasil evaluasi *outer loading*, sehingga hanya indikator yang memenuhi standar kualitas pengukuran yang dipertahankan dalam model akhir. Nilai koefisien jalur (*path coefficient*) pada masing-masing hubungan menunjukkan arah dan besarnya pengaruh antar konstruk. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) pada konstruk endogen, yaitu *Intellectual Capital*, *Innovation Performance*, dan *Market Performance*, mencerminkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi data. Dengan demikian, model struktural ini memberikan kerangka empiris yang komprehensif untuk memahami peran modal intelektual dan inovasi dalam meningkatkan kinerja pasar UKM manufaktur.



Gambar 2. Model Struktural *Second Order* Penelitian

Berdasarkan Gambar 2, model struktural *second order* dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antar konstruk laten tingkat tinggi, yaitu *Intellectual Capital*, *Innovation Performance*, dan *Market Performance*. *Intellectual*

Capital dibentuk oleh empat dimensi utama, yaitu *Human Capital*, *Relational Capital*, *Structural Capital*, dan *Strategic Knowledge Management*, yang secara bersama-sama merepresentasikan aset pengetahuan organisasi. Pendekatan *second order* ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap peran modal intelektual dalam meningkatkan kinerja organisasi. Model ini dianalisis menggunakan metode SEM-PLS setelah seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap *Innovation Performance* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,505. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengelolaan modal intelektual yang baik mampu mendorong peningkatan kinerja inovasi organisasi. Kompetensi karyawan, sistem kerja yang mendukung, hubungan kerja yang efektif, serta pengelolaan pengetahuan strategis menjadi faktor penting dalam menciptakan inovasi. Dengan demikian, *Intellectual Capital* berperan sebagai fondasi utama dalam pengembangan inovasi organisasi.

Selanjutnya, *Innovation Performance* terbukti berpengaruh positif terhadap *Market Performance* dengan koefisien jalur sebesar 0,457. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan inovasi berkontribusi langsung terhadap pencapaian kinerja pasar, seperti peningkatan penjualan dan keuntungan. Inovasi produk dan strategi pemasaran yang efektif memungkinkan organisasi merespons kebutuhan pasar dengan lebih baik. Oleh karena itu, *Innovation Performance* berfungsi sebagai penghubung penting antara *Intellectual Capital* dan *Market Performance*.

Nilai R^2 pada konstruk *Innovation Performance* sebesar 0,255 menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* mampu menjelaskan 25,5% variasi kinerja inovasi. Sementara itu, *Market Performance* memiliki nilai R^2 sebesar 0,209, yang berarti bahwa 20,9% variasi kinerja pasar dipengaruhi oleh *Innovation Performance*. Meskipun nilai R^2 berada pada kategori sedang, hasil ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang memadai. Dengan demikian, model struktural *second order* yang dikembangkan dinilai layak untuk menjelaskan hubungan antar konstruk utama dalam penelitian.

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, model struktural perlu dipastikan bebas dari permasalahan multikolinearitas. Multikolinearitas terjadi ketika indikator atau konstruk prediktor memiliki korelasi yang terlalu tinggi satu sama lain, sehingga dapat mengganggu stabilitas estimasi koefisien jalur. Dalam penelitian ini, pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Mengacu pada kriteria yang umum digunakan dalam SmartPLS, nilai VIF yang dapat diterima harus berada di bawah ambang batas 5,0, bahkan nilai di bawah 3,3 menunjukkan kondisi yang sangat baik.

Tabel 5. *Collinearity Statistic* (VIF)

Item	VIF
HC1	1,128
HC3	1,128
IP1	1,144
IP4	1,144
MP1	1,199
MP2	1,199
RC1	1,143
RC2	1,143
SC1	1,348
SC1	1,398
SC2	1,280
SC2	1,317
SC4	1,185
SC4	1,321
SKM1	1,143
SKM2	1,143
SKM2	1,364

Berdasarkan hasil yang disajikan pada Tabel 5, seluruh indikator dalam model penelitian memiliki nilai VIF yang relatif rendah dan berada jauh di bawah batas toleransi yang ditetapkan. Nilai VIF terendah ditunjukkan oleh indikator *Human Capital*, *Relational Capital*, dan *Innovation Performance* yang berada di kisaran 1,12–1,14, menandakan tingkat kolinearitas yang sangat rendah. Indikator pada konstruk *Structural Capital* dan *Strategic Knowledge Management* juga menunjukkan nilai VIF di bawah 1,40, yang masih tergolong aman dan tidak mengindikasikan adanya korelasi berlebih antar prediktor. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model struktural yang digunakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap indikator dan konstruk eksogen memberikan kontribusi informasi yang unik dalam menjelaskan variabel endogen. Oleh karena itu, hasil estimasi hubungan antar konstruk dalam pengujian hipotesis selanjutnya dapat dianggap stabil dan layak untuk diinterpretasikan.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel eksogen dalam model mampu menjelaskan variasi pada variabel endogen. Nilai R^2 yang semakin mendekati 1 menunjukkan kemampuan prediktif model yang semakin kuat. Selain itu, R^2 *Adjusted* digunakan untuk memberikan estimasi yang lebih konservatif dengan mempertimbangkan jumlah variabel prediktor yang digunakan dalam model.

Tabel 6. Nilai Koefisien Determinasi

Variabel	R Square	R Square Adjusted
IC	0,982	0,982
IP	0,214	0,206
MP	0,209	0,201

Berdasarkan Tabel 6 di atas, variabel *Intellectual Capital* memiliki nilai R^2 sebesar 0,982 dengan R^2 *Adjusted* yang sama besar. Hasil ini menunjukkan bahwa 98,2% variasi *Intellectual Capital* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel eksogen dalam model, yaitu *Human Capital*, *Structural Capital*, *Relational Capital*, dan *Strategic Knowledge Management*. Nilai tersebut mengindikasikan kemampuan prediktif yang sangat kuat, sehingga model sangat efektif dalam menjelaskan pembentukan modal intelektual pada UKM manufaktur. Selanjutnya, variabel *Innovation Performance* memperoleh nilai R^2 sebesar 0,214 dan R^2 *Adjusted* sebesar 0,206. Artinya, sekitar 21,4% variasi kinerja inovasi dapat dijelaskan oleh konstruk yang memengaruhinya dalam model, khususnya *Intellectual Capital*. Nilai ini berada dalam kategori lemah hingga moderat, yang menunjukkan bahwa meskipun modal intelektual berperan dalam mendorong inovasi, masih terdapat faktor lain di luar model yang turut memengaruhi kinerja inovasi pada UKM manufaktur.

Variabel *Market Performance* menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,209 dengan R^2 *Adjusted* sebesar 0,201, yang berarti bahwa 20,9% variasi kinerja pasar dapat dijelaskan oleh *Innovation Performance*. Hasil ini mengindikasikan bahwa inovasi memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja pasar, namun pengaruh tersebut belum dominan. Dengan demikian, kinerja pasar UKM kemungkinan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal lain seperti kondisi persaingan, strategi pemasaran, dan dinamika pasar. Secara keseluruhan, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang sangat kuat dalam menjelaskan *Intellectual Capital*, namun masih terbatas dalam menjelaskan *Innovation Performance* dan *Market Performance*. Temuan ini memberikan implikasi bahwa pengembangan model di masa mendatang dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain agar daya jelaskan terhadap kinerja inovasi dan pasar menjadi lebih optimal.

Tabel 7. Hubungan Langsung

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
IC → IP	0,505	0,521	0,079	6,430	0,000
IP → MP	0,457	0,459	0,094	4,837	0,000

Berdasarkan hasil pengujian hubungan langsung pada Tabel 7 model struktural, *Intellectual Capital* (IC) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Innovation Performance* (IP). Hubungan ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,505, dengan t-statistik 6,430 dan p-value 0,000, yang menandakan bahwa pengaruh tersebut sangat kuat secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan modal intelektual, yang mencakup *Human Capital*, *Structural Capital*, *Relational Capital*, dan *Strategic Knowledge Management*, berperan penting dalam mendorong kemampuan organisasi untuk menghasilkan inovasi. Dengan demikian, IC dapat dianggap sebagai faktor utama dalam pembentukan kinerja inovasi.

Selanjutnya, hasil analisis juga menunjukkan bahwa *Innovation Performance* (IP) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Performance* (MP). Hal ini tercermin dari nilai koefisien sebesar 0,457, dengan t-statistik 4,837 dan p-value 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan organisasi dalam mengembangkan dan memasarkan inovasi secara efektif berkontribusi langsung terhadap peningkatan kinerja pasar, seperti pertumbuhan penjualan dan keuntungan. Dengan kata lain, inovasi berperan sebagai penghubung strategis antara modal intelektual dan pencapaian kinerja pasar.

Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa *Innovation Performance* berfungsi sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Market Performance*. Model struktural yang dihasilkan menunjukkan alur hubungan yang logis, di mana penguatan aset pengetahuan organisasi terlebih dahulu meningkatkan kinerja inovasi, yang selanjutnya berdampak pada kinerja pasar. Oleh karena itu, pengelolaan *Intellectual Capital* secara efektif menjadi strategi kunci bagi organisasi untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi yang berkelanjutan.

Tabel 8. Hubungan Tidak Langsung

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
IC → IP → MP	0,231	0,243	0,076	3,045	0,002

Berdasarkan hasil Tabel 8 pengujian hubungan tidak langsung pada model struktural, jalur *Intellectual Capital* (IC) → *Innovation Performance* (IP) → *Market Performance* (MP) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien tidak langsung sebesar 0,231, dengan t-statistik 3,045 dan p-value 0,002, yang menandakan bahwa mekanisme mediasi tersebut terbukti secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja pasar tidak terjadi secara langsung, melainkan disalurkan melalui peningkatan kinerja inovasi terlebih dahulu.

Hasil ini menegaskan peran *Innovation Performance* sebagai variabel mediator yang penting dalam hubungan antara *Intellectual Capital* dan *Market Performance*. Modal intelektual yang kuat mendorong organisasi untuk menghasilkan inovasi yang relevan dan bernilai, yang selanjutnya berkontribusi pada peningkatan kinerja pasar. Dengan demikian, peningkatan *Intellectual Capital* akan memberikan dampak optimal terhadap *Market Performance* apabila diiringi dengan kemampuan inovasi yang efektif.

Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil analisis hubungan langsung, penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap *Innovation Performance*. Hipotesis ini didasarkan pada asumsi bahwa modal intelektual yang kuat, yang mencakup kualitas sumber daya manusia, sistem organisasi, relasi kerja, serta pengelolaan pengetahuan strategis, mampu mendorong organisasi untuk menghasilkan inovasi yang lebih baik. Peningkatan *Intellectual Capital* diharapkan dapat memperkuat kemampuan organisasi dalam mengembangkan produk, proses, dan strategi pemasaran yang inovatif.

Selanjutnya, penelitian ini juga mengajukan hipotesis bahwa *Innovation Performance* berpengaruh positif terhadap *Market Performance*. Hipotesis ini berangkat dari pandangan bahwa organisasi dengan kinerja inovasi yang tinggi cenderung lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar. Inovasi yang efektif memungkinkan organisasi meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta mendorong pertumbuhan penjualan dan keuntungan. Oleh karena itu, kinerja inovasi dipandang sebagai faktor penting dalam pencapaian kinerja pasar.

Selain hubungan langsung, penelitian ini mengajukan hipotesis hubungan tidak langsung yang menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap *Market Performance* melalui *Innovation Performance* sebagai variabel mediasi. Hipotesis ini menegaskan bahwa pengaruh modal intelektual terhadap kinerja pasar tidak terjadi secara instan, melainkan melalui peningkatan kemampuan inovasi terlebih dahulu. Dengan demikian, *Innovation Performance* berperan sebagai mekanisme penghubung yang menjelaskan bagaimana *Intellectual Capital* dapat memberikan dampak yang optimal terhadap *Market Performance*.

Berdasarkan hasil penelitian, *Strategic Knowledge Management* terbukti berpengaruh kuat terhadap penguatan *Intellectual Capital* dan *Innovation Performance* pada UKM manufaktur di Kota Bandar Lampung. Temuan ini selaras dengan teori *resource-based view* dan *knowledge-based view* yang menempatkan pengetahuan sebagai sumber daya

penting untuk menciptakan keunggulan bersaing. Hasil ini juga mendukung penelitian sebelumnya, termasuk yang dilakukan oleh Aswan Satrio Baiquny dan Yasmine Nasution [12] yang menyatakan *Intellectual Capital* berperan penting dalam meningkatkan kemampuan inovasi dan kinerja UKM. Artinya, pengelolaan pengetahuan dan *Intellectual Capital* tetap relevan sebagai kunci peningkatan kinerja, baik di UKM metropolitan maupun daerah. *Intellectual Capital* juga terbukti berpengaruh positif terhadap *Innovation Performance*, sesuai dengan riset terdahulu yang menekankan peran modal manusia, struktural, dan relasional dalam mendorong terciptanya ide baru, perbaikan proses, dan pengembangan produk. Ini memperkuat pandangan bahwa kemampuan UKM mengelola pengetahuan internal dan relasi eksternal menjadi syarat penting untuk menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Meskipun UKM di Bandar Lampung memiliki keterbatasan sumber daya, penguatan *Intellectual Capital* tetap dapat mendorong *Innovation Performance* secara signifikan.

Namun, penelitian ini menemukan perbedaan saat memasukkan *Market Performance* sebagai variabel kinerja strategis. Jika penelitian sebelumnya cenderung melihat kinerja usaha secara keseluruhan, hasil riset ini menunjukkan bahwa inovasi dan *Intellectual Capital* berkontribusi nyata terhadap capaian pasar, seperti peningkatan daya saing produk, pertumbuhan pangsa pasar, dan respons pasar yang lebih baik. Temuan ini sekaligus menjelaskan bahwa keberhasilan internal organisasi perlu diukur hingga ke level hasil di pasar. Meski demikian, konteks lokasi ikut memengaruhi. UKM di Bandar Lampung menghadapi pasar yang lebih terbatas dan persaingan yang berbeda dibandingkan UKM di wilayah metropolitan, sehingga proses mengubah inovasi menjadi kinerja pasar memerlukan strategi yang lebih adaptif. Hal ini menunjukkan bahwa konteks wilayah dan karakteristik UKM turut memoderasi hubungan antara pengetahuan, inovasi, dan pencapaian pasar. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung teori dan riset terdahulu, namun turut memberikan kontribusi baru dengan memperkuat dimensi market performance dan fokus pada konteks UKM manufaktur daerah. Penelitian ini menegaskan bahwa *Strategic Knowledge Management* dan *Intellectual Capital* tidak hanya meningkatkan kinerja internal dan *Innovation Performance*, tetapi juga menjadi penentu capaian pasar yang berkelanjutan jika disesuaikan dengan kondisi lingkungan usaha setempat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *Intellectual Capital* (modal intelektual) menjadi faktor krusial dalam mendorong peningkatan kinerja UKM di sektor manufaktur. Kontribusi utamanya terwujud melalui penguatan kinerja inovasi perusahaan. Modal intelektual itu sendiri terbangun dari empat elemen kunci, yaitu *Human Capital* (modal sumber daya manusia), *Structural Capital* (modal struktural), *Relational Capital* (modal relasional), serta penerapan *Strategic Knowledge Management* (manajemen pengetahuan strategis). Keempat komponen tersebut secara kolektif membentuk aset pengetahuan organisasi dengan pengaruh yang sangat signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas dalam mengelola sumber daya berbasis pengetahuan merupakan komponen yang tidak dapat diabaikan. Komponen inilah yang pada akhirnya menjamin keberlanjutan usaha dan membangun daya saing yang tangguh bagi UKM manufaktur di tengah persaingan pasar.

Hasil pengujian model struktural menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Innovation Performance*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kompetensi karyawan, sistem kerja yang mendukung, hubungan kerja yang efektif, serta pengelolaan pengetahuan strategis mendorong kemampuan UKM dalam menghasilkan inovasi produk maupun strategi pemasaran. Dengan demikian, modal intelektual menjadi faktor kunci dalam mendorong aktivitas inovatif di lingkungan UKM.

Selanjutnya, *Innovation Performance* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market Performance*. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang dihasilkan oleh UKM mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja pasar, seperti pertumbuhan penjualan dan keuntungan. Inovasi memungkinkan UKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan kebutuhan konsumen dan dinamika persaingan pasar.

Selain itu, hasil pengujian hubungan tidak langsung menegaskan bahwa *Innovation Performance* berperan sebagai variabel mediator dalam hubungan antara *Intellectual Capital* dan *Market Performance*. Artinya, pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja pasar tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui peningkatan kinerja inovasi terlebih dahulu. Temuan ini menegaskan bahwa investasi pada modal intelektual akan memberikan dampak optimal terhadap kinerja pasar apabila diikuti dengan kemampuan organisasi dalam mengelola dan mengimplementasikan inovasi secara efektif.

Model penelitian yang digunakan dalam studi ini telah terbukti memenuhi standar ilmiah, baik dari segi validitas dan reliabilitas pengukuran. Semua hubungan antar variabel yang diajukan dalam hipotesis dapat dijelaskan dengan jelas berdasarkan data yang tersedia. Walaupun nilai koefisien determinasi (*R-squared*) untuk *Innovation Performance* dan *Market Performance* tergolong sedang, hal ini tidak mengurangi pentingnya temuan utama. Justru sebaliknya, hasil tersebut menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* dan kemampuan inovasi adalah dua elemen krusial yang menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UKM manufaktur. Singkatnya, model penelitian ini berhasil memetakan dan membuktikan bahwa pengetahuan dan inovasi memang merupakan pendorong utama pertumbuhan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. M. A. Ausat, A. Widayani, I. Rachmawati, N. Latifah, and S. Suherlan, "The Effect of *Intellectual Capital* and Innovative Work Behavior on Business Performance," *J. Econ. Business, Account. Ventur.*, vol. 24, no. 3, pp. 363–378, 2022.
- [2] R. Cahyaningati, R. B. Sulistyan, R. W. D. Paramita, and S. R. Ana, "Modal Intelektual, Manajemen Pengetahuan dan Kinerja UMKM serta Kecepatan dan Kualitas Inovasi sebagai Variabel Mediasi," *E-JURNAL Akunt.*, pp. 2227–2238. Vol. 32, no. 8, 2022.
- [3] S. Suharto, M. Nugroho, and Y. D. Lestari, "Peningkatan Kemampuan Inovasi UKM Batik berbasis Stimulasi Intelektual , Supervisi Organisasional , Dan Akumulasi Manajemen Pengetahuan," *Benefit J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 7, no. 2, 2022.
- [4] P. Yulianti, R. Fahmy, H. Rahman, and H. A. Rivai, "Analisis Knowledge Management Menggunakan Model Big Data di Media Sosial UMKM Knowledge Management Analysis Using The Model of Big Data for SME Social Media," *J. Manaj. Inform.*, vol. 13, no. April, pp. 24–39, 2023.
- [5] S. P. D. Anantadjaya, I. M. Nawangwulan, E. Candra, R. Widyaswati, and A. Choerudin, "Pengaruh Financial Capabilities , Networking Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Kota Sukabumi Melalui *Intellectual Capital*," *J. Bisnisan Ris. Bisnis dan Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 16–32, 2023.
- [6] R. R. Sani, T. S. Sukamto, and A. Rohmani, "Pengukuran Kesiapan Implementasi Knowledge Management System Sebagai Media Berbagi Pengetahuan pada Program Studi," *Semin. Nas. Rekayasa, Sains dan Teknol.*, vol. 5, no. 1, pp. 34, 2025.
- [7] A. V. A. Panuji, M. T. Ernawati, and G. H. Poerwanto, "Pengaruh Lingkungan Eksternal , Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UMKM di Kelurahan Pagerharjo , Kabupaten Kulon Progo)," *EXERO J. Res. Bus. Econ.*, vol. 7, no. 2, pp. 166–189, 2024.
- [8] C. S. Haratua, U. Sugian, R. S. D. L, A. Kohar, and Saefullah, "Analisis Artikel Peran Pelatihan dan Pengembangan Dalam Meningkatkan Kompetensi Karyawan," *Soc. J. Inov. Pendidik. IPS*, vol. 5, no. 3, pp. 1180, 2025.
- [9] Y. S. Kusumastuti, N. A. Atthahira, and M. P. Purba, "The Impact of Training and Development on Innovative Work Behavior : Exploring the Mediating Role of Knowledge Sharing," *J. Ilmu Ekon. Manaj. dan Akunt. MH Thamrin*, vol. 6, no. 1, pp. 181–195, 2025.
- [10] Nurchayati, "Membangun Kinerja Perusahaan Melalui Peningkatan Perilaku Inovatif dan Motivasi Berbagi Pengetahuan (Studi Pada IKM Kraf Kabupaten Semarang)," *JESYA J. Ekon. Ekon. Syariah*, vol. 3, no. 2, pp. 341–355, 2020.
- [11] W. Erizona and A. Afrinaldi, "Literatur Review: Inovasi Organisasi Sektor Publik Sebagai Katalisator Efisiensi dan Good Governance," *Soc. J. Inov. Pendidik. IPS*, vol. 5, no. 2, pp. 422–433, 2025.
- [12] A. S. Baiquny and Y. Nasution, "Peran Modal Intelektual, Keunggulan Kompetitif, Dan Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah," *Al Qalam J. Ilm. Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol. 18, no. 2, pp. 1571–1584, 2024.
- [13] D. A. Nufuz, M. H. Mahendra, A. Faqih, and N. Setianingrum, "Jurnal Penelitian Nusantara Strategi Efektif Dalam Manajemen Perubahan : Membangun Ketahanan Organisasi Di Era Digital," *J. Penelit. Nusant.*, vol. 1, no. 6, pp. 540–547, 2025.
- [14] A. Triwijayati, Y. P. Luciany, Y. Novita, N. Sintesa, and A. Zahrudin, "Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital," *J. Bisnis dan Manaj. West Sci.*, vol. 2, no. 03, pp. 306–314, 2023.
- [15] W. Wuryanti and H. Sulisty, "Strengthening SMEs ' Innovation Through HRM and Organizational Learning," *Int. Bus. Res.*, vol. 16, no. 5, pp. 29–37, 2023.
- [16] S. Febriyani and I. Kusumawardhani, "Pengaruh *Intellectual Capital* dan Good Corporate Governance Terhadap Sustainable Growth," *Bul. Stud. Ekon.*, vol. 30, no. 02, pp. 163–178, 2025.
- [17] Mufarriyah, "Dampak *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Aset dan Kinerja Keuangan Pada Harga Saham Perusahaan : Kajian Literature," *J. Akunt. Akt.*, vol. 6, no. 1, pp. 81–89, 2025.
- [18] D. A. Pramesthi and R. D. Pratiwi, "*Intellectual Capital* dan Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia," *JIMEA | J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 9, no.3, pp. 1239–1263, 2025.

- [19] J. Jovita and K. Nuringsih, "Understanding Relationship *Intellectual Capital* and Financial Performance on Healthcare Sector," *Int. J. Appl. Econ. Bus.*, vol. 1, no. 3, pp. 1740–1748, 2023.
- [20] N. Khalisha, A. Rahmalia, N. R. Aisy, and Y. Sugiarti, "Literatur Review : Strategi Knowledge Management untuk Meningkatkan Inovasi dan Produktivitas Organisasi," *Madani J. Ilm. Multidisiplin*, vol. 2, no. 11, pp. 223–232, 2024.
- [21] H. M. Gunawan, P. E. E. Napitupulu, and Y. Dananjaya, "The Impact of Knowledge Management and Strategic Planning Towards Organizational Innovativeness and Organizational Competitiveness on Bed And Breakfast Industries in Kota Wisata Batu," *DIJEMSS Dinasti Int. J. Educ. Manag. Soc. Sci.*, vol. 6, no. 3, pp. 2461–2469, 2025.
- [22] S. Li, L. Gao, C. Han, B. Gupta, W. Alhalabi, and S. Almakdi, "Exploring the effect of digital transformation on Firms' *Innovation Performance*," *J. Innov. Knowl.*, vol. 8, no. 1, p. 100317, 2023.
- [23] T. N. Putri and H. Ali, "Strategi Inovasi Produk , Aliansi Strategis , dan Diversifikasi Portofolio Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan," *J. Manaj. dan Pemasar. Digit.*, vol. 2, no. 2, pp. 64–71, 2024.
- [24] A. Amirudin, Y. Azis, Zulkifli, and Darmansyah, "Integrating Organizational Agility , Innovation , and Risk Management to Boost Company Performance : A Case Study of PT Bank Rakyat Indonesia," *Pakistan J. Life Soc. Sci.*, vol. 23, no. 1, pp. 4364–4377, 2025.
- [25] M. Rubio-Andrés, J. Linuesa-Langreo, S. Gutiérrez-Broncano, and M. Á. Sastre-Castillo, "How to improve *Market Performance* through competitive strategy and innovation in entrepreneurial SMEs," *Int. Entrep. Manag. J.*, vol. 20, no. 3, pp. 1677–1706, 2024.
- [26] F. Nusu, L. Van Gobel, and S. O. Gintulangi, "Strategi Penjualan dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Sentral Kota Gorontalo," *J. IDEAS Pendidikan, Sos. dan Budaya*, vol. 11, no. 3, pp. 79–88, 2025.
- [27] G. Setiadi, B. B. Purmono, A. Jaya, N. Afifah, and H. Setiawan, "Pengaruh Entrepreneurial Orientation dan Market Orientation Terhadap Marketing Performance Pada UMKM di Indonesia," *eCo-Buss Econ. Bus.*, vol. 8, no. 1, pp. 299, 2025.
- [28] S. R. Akil, L. Hakim, and Safaruddin, "Pengaruh Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Organisasi yang Dimediasi oleh Modal Intelektual," vol. 4, no. 2, pp. 7914–7921, 2025.
- [29] N. Cristache, G. Croitoru, and N. Valentina, "The influence of knowledge management on innovation and organizational performance," vol. 10, no. August 2024, pp.793, 2025.
- [30] J. Qu, H. Batool, and K. Ullah, "A Study of the Effects of Knowledge Management on Enterprise Innovation Performance," vol. 9, no. 4, pp. 2275–2291, 2025.
- [31] Disperindag Lampung. "Data & Statistik UMKM Lampung." Internet: <https://disperindaglampung.com/data/>, diperbarui Januari 2025 [diakses 26 Des. 2025].

BIODATA PENULIS



Indra Rizky Kurnia Hutabarat

Indra Rizky Kurnia Hutabarat merupakan mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sumatera, semester 5. Memiliki ketertarikan terhadap penulisan artikel ilmiah, dan memiliki ketertarikan pada bidang manajemen industri dengan lingkup ekonomi makro dan mikro. Aktif mengikuti kegiatan perkuliahan serta pengembangan kemampuan analitis dalam penerapan konsep Teknik Industri pada permasalahan nyata.



Muhammad Fitriadi

Muhammad Fitriadi merupakan mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sumatera. Saat ini menempuh pendidikan pada semester 5. Memiliki ketertarikan pada bidang perancangan dan rekayasa sistem industri serta pengembangan proses berbasis data. Aktif dalam kegiatan akademik serta pengembangan kompetensi yang mendukung keilmuan Teknik Industri.



Asyh Hadawiyah

Asyh Hadawiyah merupakan mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sumatera. Saat ini menempuh pendidikan pada semester 5 dan aktif dalam kegiatan akademik, khususnya penyusunan karya tulis ilmiah sebagai bagian dari pengembangan kemampuan akademik dan profesional selama masa studi.