

Pengaruh Human Capital, Structural Capital, Relational Capital, Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Umkm (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Binaan Program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan)

Rahmadian Nadiatus Shaniar Puteri¹, Nuraeni²,

¹Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia, rahmadiannadiatus79@gmail.com

²Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia, nuraeni@yudharta.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *human capital*, *structural capital*, *relational capital*, dan *digital marketing* terhadap kinerja UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman binaan program satrya emas Kabupaten Pasuruan. Sampel dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 138 pelaku UMKM. Menggunakan metode *random sampling*. Dan hasil penelitian menunjukkan *human capital*, *structural capital*, *relational capital*, dan *digital marketing* berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Kata kunci: Human Capital, Structural Capital, Relational Capital, Digital Marketing, dan Kinerja UMKM

Abstract

This study aims to determine the effect of human capital, structural capital, relational capital, dan digital marketing on the performance of SME. The research method used is uantitative with multiple linier regression analysis. Population in tjis study SME food and drink under the guidance of the satrya emas program in Pasuruan Regency. The sample in this study was 138 SME. Using method random sampling. And the result of study show human capital, structural capital, relational capital, dan digital marketing has an effect on the performance of the SME.

Keywords: Human Capital, Structural Capital, Relational Capital, Digital Marketing, and Performance of SME

PENDAHULUAN

Di era millenial saat ini dimana perkembangan ekonomi di indonesia sudah mengalami perkembangan yang cukup pesat dari waktu-kewaktu dan pembangunan ekonomi juga telah menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan dalam pembangunan nasional di Indonesia, dalam mewujudkan pembangunan dalam bidang ekonomi tersebut bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah pusat saja melainkan juga menjadi tanggung jawab pemerintah daerah. Dan berkaitan dengan adanya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 yang menjelaskan tentang tanggung jawab pemerintah daerah, dimana pemerintah daerah memiliki wewenang yang luas dalam membangun potensi didaerahnya. Dan yang menjadi salah satu potensi yang cukup besar disetiap daerah adalah keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi salah satu peranan yang sangat penting dalam menunjang perekonomian nasional, UMKM dianggap sebagai usaha yang kuat dan tahan dari terpaan krisis global (Purwanti, 2012). Keberhasilan UMKM dapat dilihat dari hasil kinerja UMKM itu sendiri. Oleh karena itu Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur telah membuat dan menciptakan inovasi untuk mengatasi kendala UMKM, untuk mendukung hal tersebut Dinas Koperasi dan UMKM

Provinsi Jawa Timur juga mengamanahkan Pemerintah Kota/ Kabupaten di wilayah Jawa Timur untuk ikut mendukung dan membuat program dan inovasi yang dapat mengatasi permasalahan UMKM di setiap daerahnya. Salah satu Kota/Kabupaten di Jawa Timur yang memiliki inovasi dalam pengembangan UMKM nya adalah Kabupaten Pasuruan.

Untuk itu di era pengetahuan saat ini kita harus menyadari akan pentingnya pengelolaan ilmu pengetahuan atau disebut juga dengan *intellectual capital* yang didalamnya terdapat *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. Dimana *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* dapat diciptakan dari knowledge perorangan yang harus dikelola menjadi knowledge perusahaan, yang akhirnya terhadap kinerja UMKM (Zuliyati dan Zamrud, 2017). *Human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* yang menjadi satu dalam *Intellectual capital* diyakini dapat berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan yang mampu memanfaatkan modal intelektualnya secara efisien maka nilai pasarnya akan meningkat. Semakin besar nilai modal intelektual semakin efisien pengelolaan dan penggunaan modal perusahaan sehingga dapat menciptakan *value added* bagi perusahaan (Appuhami, 2007).

Terdapat masalah dimana banyak pelaku usaha yang belum dapat mengefektifkan penggunaan internet sebagai sarana yang efisien untuk membuka jalur pemasaran model baru bagi produk UMKM (*digital marketing*). *Digital Marketing* merupakan pemasaran yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang dapat membantu mengembangkan UMKM. Menurut Pradiani (2017) *digital marketing* dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana yang efektif dan efisien serta mampu meningkatkan kinerja usaha dari segi struktural didalam usahanya, tumbuhnya pengetahuan dan kemampuan sumber daya manusia, dan volume penjualan. Para pelaku bisnis saat ini sudah semakin terbuka terhadap teknologi dan menyadari kekuatan internet dan perangkat *digital* dalam peningkatan kinerja usahanya (Deloitte, 2015).

METODE

Berdasarkan tujuan dan objek penelitian yang telah penulis tetapkan, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*Explanatory Research*) menggunakan metode kuantitatif untuk menjelaskan hubungan antar variabel penelitian. Menurut Syofian (2013) *explanatory research* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan atau perbandingan satu variabel dengan variabel yang lain. Lokasi penelitian yaitu suatu tempat atau lokasi dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian ini mengambil lokasi di Kabupaten Pasuruan dengan objek penelitian pengelola Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jenis makanan dan minuman (mamin) binaan program Satria Emas Kabupaten Pasuruan.

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman binaan program satria emas Kabupaten Pasuruan yang berjumlah 211 responden. Dan diperoleh jumlah sampel sebesar 138 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan cara *Random Sampling* atau pengambilan sampel secara acak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen

Uji realibilitas yang digunakan adalah konsistensi internal yang diukur dengan koefisien Cronbach Alpha dan hasilnya reliabel. Uji validitas dilakukan dengan analisis korelasi antara jawaban skor pertanyaan dengan total skor. Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total, maka ukuran dianggap valid.

B. Uji Autokorelai

Uji normalitas

Variabel yang digunakan dalam pengujian Kolmogorov Smirnov adalah variabel residual (*error term*), Nilai sign 0,103 > 0,05 maka asumsi normalitas diterima (dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1 . Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.45760030
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.061
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel 2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, karena nilai tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10,00 yang berarti bahwa tidak terjadi hubungan linier antara variabel bebas yang digunakan dalam model regresi.

Tabel 2. Hasil uji Multikolinieritas

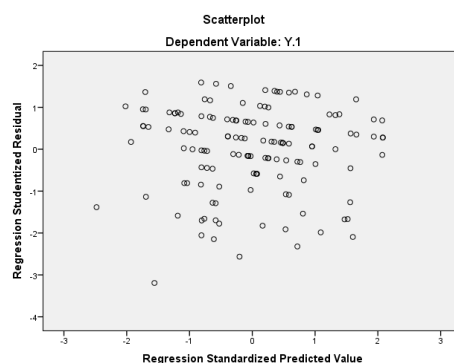
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.964	1.037
X2	.983	1.017
X3	.974	1.026
X4	.993	1.007

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan hasil dari grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut berarti tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Gambar 1. Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas



Uji Auto Korelasi

Dalam uji autokorelasi ini nilai du dicari pada distribusi nilai tabel Durbin Watson berdasarkan $k(4)$ dan $N(138)$ dengan signifikansi 5%. Diketahui bahwa $du(1.781) < \text{Durbin Watson}(2.144) < 4-du(2.219)$. Dan jika nilai Durbin Watson terletak diantara du sampai dengan $4-du$, maka tidak ada gejala autokorelasi.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.675 ^a	.731	.248	2.494	2.144

a. Predictors: (Constant), X.4, X.2, X.3, X.1

b. Dependent Variable: Y.1

Sumber : Data Primer, diolah 2019

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.708	.772		3.019	.000
X1	.391	.074	.432	4.865	.001
X2	.378	.054	.419	3.591	.003
X3	.398	.069	.376	6.014	.004
X4	.316	.082	.420	4.117	.004

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 4 tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 22.708 + 0.432 + 0.419 + 0.376 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja UMKM

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisiensi Regresi

X1 = *Human Capital*

X2 = *Structural Capital*

X3 = *Relasional Capital*

X4 = *Digital Marketing*

e = error term (tingkat kesalahan)

D. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R Square)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 ^a	.874	.869	.632

a. Predictors: (Constant), X.4, X.3, X.2, X.1

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Dari hasil determinasi diatas, nilai Adjusted R Square sebesar 0,869 yang artinya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya sebesar 86,9 % berarti terdapat 13% varians variabel terikat yang dijelaskan oleh factor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

E. Uji Parsial (t)

Uji Hipotesis 1: *Human Capital* Secara Parsial Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM.

Berdasarkan perhitungan hasil uji t pada hasil analisis regresi linier berganda diatas, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak karena lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *human capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dapat diterima. Jadi jika variabel human capital mengalami peningkatan, maka variabel kinerja UMKM makanan dan minuman binaan program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan juga akan mengalami peningkatan.

Uji Hipotesis 2: *Structural Capital* Secara Parsial Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan perhitungan hasil uji t pada hasil analisis regresi linier berganda diatas, dapat disimpulkan bahwa *structural capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dapat diterima. Jadi jika variabel human capital mengalami peningkatan, maka variabel kinerja UMKM makanan dan minuman binaan program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan juga akan mengalami peningkatan.

Uji Hipotesis 3: *Relational Capital* Secara Parsial Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan perhitungan hasil uji t pada hasil analisis regresi linier berganda diatas, disimpulkan bahwa *relasional capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dapat diterima. Jadi jika variabel *human capital* mengalami peningkatan, maka variabel kinerja UMKM makanan dan minuman binaan program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan juga akan mengalami peningkatan.

Uji Hipotesis 4: *Digital Marketing* Secara Parsial Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan perhitungan hasil uji t pada hasil analisis regresi linier berganda diatas, dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dapat diterima. Jadi jika variabel human capital mengalami peningkatan, maka variabel kinerja UMKM makanan dan minuman binaan program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan juga akan mengalami peningkatan.

F. Uji Simultan (f)

Uji Hipotesis 5: Human Capital, Structural Capital, Relational Capital, Dan Digital Marketing Secara Simultan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM

Pada uji hipotesis 5 dengan menggunakan Uji F untuk melakukan pengujian variabel independen (bebas) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dan apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel hasil uji f dengan perhitungan SPSS 22:

Tabel 6. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2,441	Regression	827.452	4	39.543	147.052	.000 ^b
	Residual	26.171	133	.321		
	Total	853.623	137			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X.4, X.3, X.2, X.1

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 6 diatas didapatkan hasil f_{hitung} sebesar 147.052 $> f_{tabel}$ sebesar 2.44. nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *human capital*, *structural capital*, *relasional capital*, dan *digital marketing* terhadap kinerja UMKM

Hubungan antar variabel

a. Human Capital Terhadap Kinerja UMKM

Pada penelitian variabel *human capital* (X.1) yang terdapat tiga item pertanyaan meliputi pengetahuan adanya peluang dalam usaha yang di kelola, kemampuan dalam melakukan pembukuan dan mengelola keuangan, dan keterampilan dalam produksi dan menginvasikan produk usaha. maka didapatkan t_{hitung} sebesar 4,865 $> t_{tabel}$ sebesar 1,977 dan nilai Sig sebesar 0,001 (Sig $< 0,05$). Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dan berdasarkan analisis deskriptif dari hasil jawaban responden pada variabel *human capital* memperoleh nilai rata-rata sebesar 43,9%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *human capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ita Wahyuni (2014) bahwa human capital berpengaruh terhadap kinerja bisnis, dikarenakan *human capital* dapat memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya unik yang digunakan untuk menyusun dan menerapkan strategi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis.

b. Structural Capital Terhadap Kinerja UMKM

Pada penelitian variabel *structural capital* (X.2) yang terdapat tiga item pertanyaan meliputi memiliki struktur usaha yang jelas, memiliki perizinan usaha yang lengkap, dan memiliki sarana dan prasarana yang mendukung proses produksi serta kinerja usaha, maka didapatkan t_{hitung} sebesar 3,591 $> t_{tabel}$ sebesar 1,977 dan nilai Sig sebesar 0,003 (Sig $< 0,05$). Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dan berdasarkan analisis deskriptif dari hasil jawaban responden pada variabel *structural capital* memperoleh nilai rata-rata sebesar 43,5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *structural capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini mendukung teori bahwa *structural capital* yang didalamnya meliputi proses manual, prosedur, strategi, rutinitas merupakan segala hal yang memiliki nilai terhadap organisasi yang dapat melebihi nilai material yang dimiliki (Bontis, 1999). Dan didukung oleh penelitian yang dilakukan Zamrud (2017) bahwa semakin baik nilai *structural capital* yang dimiliki oleh UMKM, maka akan semakin tinggi kinerja yang didapatkan UMKM.

c. Relational Capital Terhadap Kinerja UMKM

Pada penelitian variabel *relasional capital* (X.3) yang terdapat tiga item pertanyaan meliputi hubungan dengan masyarakat sekitar, memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan, dan mampu mempermudah saluran distribusi, maka didapatkan t_{hitung} sebesar 6,014 > t_{tabel} sebesar 1,977 dan nilai Sig sebesar 0,004 (Sig < 0,05). Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dan berdasarkan analisis deskriptif dari hasil jawaban responden pada variabel *relasional capital* memperoleh nilai rata-rata sebesar 43,2%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *relasional capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Muammar Saddam (2017) menjelaskan bahwa *relasional capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis, dimana peran modal relasional sebagai posisi strategis yaitu relasi terhadap pemasok maupun terhadap pelanggan-pelanggannya. Dengan demikian semakin baik tingkat relasional suatu usaha, maka semakin baik pula kinerja bisnisnya.

d. Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM

Pada penelitian variabel *digital marketing* (X.4) yang terdapat empat item pertanyaan meliputi kemudahan dalam bertransaksi dengan pelanggan melalui media sosial, membuat tampilan produk yang menarik, bervariasi dan mengikuti trend saat ini, memiliki strategi dalam pemasaran melalui media sosial untuk menarik konsumen melalui media sosial, serta lebih mudah dan efektif berhubungan dengan konsumen melalui media sosial, maka didapatkan t_{hitung} sebesar 4,117 > t_{tabel} sebesar 1,977 dan nilai Sig sebesar 0,004 (Sig < 0,05). Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dan berdasarkan analisis deskriptif dari hasil jawaban responden pada variabel *digital marketing* memperoleh nilai rata-rata sebesar 43,5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fenny Marpaung (2018) yang menjelaskan bahwa digital marketing berpengaruh terhadap kinerja dan pertumbuhan UMKM di Kota Medan yang dapat lebih mudah, efektif, efisien, fleksibel, dan bermanfaat sebagai media untuk memasarkan produk.

e. Human Capital, Structural Capital, Relational Capital, Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan dari hasil analisis terbukti bahwa *human capital* (X1), *structural capital* (X2), *relasional capital* (X4), dan *digital marketing* (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Y) makanan dan minuman binaan program satria emas Kabupaten Pasuruan.

Didalam penelitian ini diperoleh hasil analisis banyaknya kontribusi variabel *human capital*, *structural capital*, *relasional capital*, dan *digital marketing* terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman binaan program satria emas Kabupaten Pasuruan sebesar 0,632, sehingga dapat diketahui bahwa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 63%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan yang merupakan jawaban dari pokok permasalahan yang diajukan dalam rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. *Human capital* berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada UMKM Makanan Dan Minuman Binaan Program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan.
2. *Structural capital* berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada UMKM Makanan Dan Minuman Binaan Program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan.
3. *Relational capital* berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada UMKM Makanan Dan Minuman Binaan Program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan.
4. *Digital marketing* berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada UMKM Makanan Dan Minuman Binaan Program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan.
5. *Human capital, structural capital, relational capital, dan digital marketing* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada UMKM Makanan Dan Minuman Binaan Program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Any Noor. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Bontis, N. 1999. *Intellectual Capital and business performance in the Portuguese banking industry Maria do Rosario Cabrita*, 43, 212-237.
- Badan Pusat Statistik, 2017, retrieved on 25 Maret 2018, from source <http://www.bps.go.id>
- Daniel Laksana dan Diah Dharmayanti, 2018. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 12, No. 1, April 2018, 10 – 24
- Eviatiwi dan Mira Meilia, 2017. Modal Sosial Dan Human Capital Sebagai Alat Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 5 No.2 2017.
- Guthrie, James and Richard Petty, 2006. *Intellectual Capital: Australian Annual Reporting Practices*. *Journey of Intellectual Capital*. Vol 1No.3, pp 241-251.
- Gaylen Chandler and Steven Hanks. 1993. Measuring the performance of emerging businesses: A validation study. *Journal of Business Venturing* Vol. 8, issue 5, 391-408.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Indriastuti dan Arifah, 2012. Peningkatan Kinerja UKM Dengan Pengelolaan Intellectual Capital dan Inovasi. *CBAM-FE*. Vol 1, No1. Hal 649 - 661
- Kannan, P. K., & Hongshuang, L. (2016). Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. *International Journal of Research in Marketing*.
- Krisna Fenny, Hendra Jonathan. 2018. Pengaruh Digital Marketing Dan Capacity Building Terhadap Kinerja UKM Di Kota Medan. *Jurnal Akrab Juara* Volume 3 Nomor 4 November 2018: 35 – 41.
- Kaplan, R dan Norton, D. 1996. *Linking the Balance Scorecard to Strategy*. *California Management Review* 39 (1): 53-79.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Penerbit Erlangga.

- Kim, E, Y., & Kim, Y, (2011). Predicting online purchase intentions for clothing products. *European Journal of Marketing*, 38(7), 883-897.
- Mundir, Abdillah. 2018. *Satrya Emas Sebagai Pendukung Suksesnya Program Desa Maslahat di Kabupaten Pasuruan*. ANCOMS. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Pradiani, Theresia, 2017. *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumah Tangga*. Jibeka Volume 11 Nomor 2 Februari 2017: 46 – 53.
- Purwanti Endang, 2012. *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga*. *Amang Makarti* Volume 5 Nomor 9 Juli 2012.
- Rupidara, Nell. 2008. *Intellectual Capital dan Strategi Pengembangan Organisasi dan Sumber Daya Manusia*. Forum Diskusi PSKTI Universitas Kristen Setya Wacana.
- Rinaisyah dan Fitrotun. *Pemberdayaan UMKM melalui Program Satrya Emas Pada Desa Wonosari Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan*. Universitas Negeri Surabaya.
- Saddam Muammar F, 2017. *Pengaruh Modal Manusia, Modal Struktural, dan Modal Relasional Terhadap Kapabilitas Inovasi Dan Efisiensi Operasional Modal Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Bisnis*. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-12
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D* (Cetakan 14). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Sucipto, 2003. *Penilaian Kinerja Keuangan*. *Jurnal Akuntansi*. Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Stewart T, 1997. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Nicholas Brealey Publishing, Business Digest, New York.
- Setiarso, Bambang. 2005. "Knowledge Sharing in Indonesia Research Centre: models and mechanism". *Proceedings on the 9th World Multi Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics*. USA: Orlando, Florida, July 10-13: pp.14.
- Silaen, Sofar, dkk. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: In Media
- Purwana Dedi ES, Rahmi dan Shandy Aditya, 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* E-ISSN: 2580-4332 Vol. 1 No. 1 Juli 2017
- Pusat Strategi Ekonomi Maslahat Kabupaten Pasuruan. 2018. *UMKM Pada Program Satrya Emas Kabupaten Pasuruan*.
- Sekaran, U. & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keenam Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. & Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keenam Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni Ita Mardiana, 2014. *Pengaruh Modal Manusia, Modal Struktural, Dan Modal Pelanggan Terhadap Kinerja Bisnis*. *Jurnal Ilmu Manajemen* | Volume 2 Nomor 2 April 2014.
- Wardhana, A. 2015. *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*.
- Zuliyati dan Zamrud. 2017. *Intellectual Capital dan Kinerja UKM*. Seminar Nasional dan Call for Paper Mei 2017