

Peran Intellectual Capital terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Makanan Ringan di Kota Semarang (Eksplorasi Pengaruh Managerial capability, Market Knowledge Capability, dan Innovation Capability)

Eka Yulianti¹, Muhammad Feriady²

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang
ekkeyulianti401@students.unnes.ac.id¹, mferiady@mail.unnes.ac.id²

ABSTRACT.

This study seeks to examine the role of intellectual capital in the competitive advantage of culinary MSMEs in Semarang City, with a focus on managerial capability, market knowledge competence, and innovation capability. This study takes a quantitative approach, surveying 156 culinary MSMEs in Semarang City. The data were analyzed using multiple linear regression and the SPSS application. The findings indicate that managerial competencies, market knowledge competence, and innovation capability all have a favorable and significant impact on the competitive advantage of culinary MSMEs. The most influential variable is innovation capability. This study's findings support the Knowledge-Based View approach, which stresses knowledge management and knowledge-based competencies as sources of competitive advantage. This study has practical significance for MSME players and policymakers formulating MSME development policies aimed at boosting intellectual capital.

Keywords: *competitive advantage, innovation capability, intellectual capital, managerial capability, market knowledge capability*

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti peran intellectual capital dalam keunggulan bersaing UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang, dengan fokus pada Managerial capability, market knowledge capability, dan innovation capability. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan mensurvei 156 UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa managerial capability, market knowledge capability, dan innovation capability semuanya berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner makanan ringan. Variabel yang paling berpengaruh adalah innovation capability. Temuan studi ini mendukung pendekatan Knowledge-Based View, yang menekankan manajemen pengetahuan dan kompetensi berbasis pengetahuan sebagai sumber keunggulan bersaing. Studi ini memberikan masukan kepada pelaku UMKM dan pembuat kebijakan dalam merumuskan kebijakan pengembangan UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan intellectual capital.

Kata kunci: *innovation capability, intellectual capital, managerial capability, keunggulan bersaing, market knowledge capability*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam perekonomian regional, membantu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong kemajuan ekonomi lokal. Di

Kota Semarang, sektor UMKM kuliner makanan ringan telah berkembang pesat sebagai respons terhadap meningkatnya permintaan masyarakat akan makanan dan minuman, baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun sebagai bagian dari gaya hidup (Fajrul & Saptyana, 2025). Hal ini telah memicu pertumbuhan berbagai usaha kuliner dengan kualitas produk, konsep, dan ceruk pasar yang unik.

Namun, peningkatan jumlah UMKM kuliner makanan ringan terkait dengan peningkatan daya saing. Persaingan tidak hanya terjadi di antara UMKM lokal, tetapi juga antara perusahaan berskala besar dan bisnis berbasis digital yang memiliki keunggulan dalam teknologi, pemasaran, dan efisiensi operasional (Hisyam & Fitriyah, 2024). Lebih lanjut, seiring perubahan preferensi pelanggan dan kemajuan teknologi digital, UMKM kuliner makanan ringan harus beradaptasi dengan cepat agar dapat bertahan dan mempertahankan daya saing.

Dalam lingkungan persaingan yang semakin kompleks, keunggulan bersaing sangat penting untuk keberlangsungan jangka panjang UMKM. Keunggulan bersaing tidak hanya didefinisikan oleh harga, tetapi juga oleh kapasitas UMKM untuk menambah nilai melalui diferensiasi produk, kualitas layanan, taktik pemasaran, dan penggunaan sumber daya internal yang efisien. Namun, pada kenyataannya, banyak UMKM kuliner makanan ringan terus menggunakan daya saing harga sebagai taktik utama mereka. Metode ini bersifat jangka pendek dan berisiko merugikan posisi pasar UMKM, karena persaingan harga seringkali mengarah pada perang harga daripada menciptakan perbedaan jangka panjang (Sundari et al., 2025). Dalam hal ini, UMKM harus menciptakan aset tak berwujud seperti pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan kemampuan inovatif untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru dan lebih berkelanjutan.

Salah satu karakteristik terpenting intellectual capital bagi UMKM kuliner makanan ringan adalah managerial capability. Managerial capability mewakili kemampuan pemilik atau manajer untuk membuat rencana bisnis, mengambil keputusan, dan merancang strategi kompetitif secara efektif dan efisien. Rajabalizadeh & Oradi (2022) menggarisbawahi bahwa managerial capability merupakan komponen penting dari intellectual capital karena menentukan kemampuan organisasi untuk mengelola sumber daya dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Namun, studi lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang masih dikelola secara informal, tanpa rencana bisnis yang matang atau strategi kompetitif yang terdefinisi dengan baik, sehingga mengakibatkan daya saing perusahaan yang rendah. Selain managerial capability, Market Knowledge Capability merupakan komponen penting dari intellectual capital dalam memperoleh keunggulan bersaing.

Market Knowledge Capability mengacu pada kemampuan UMKM untuk memahami permintaan konsumen, memantau tren pasar, dan mengidentifikasi segmen pasar sasaran. Menurut Morgan et al. (2009) dan Falahat et al., (2020), pemahaman yang mendalam tentang pasar memungkinkan bisnis untuk membangun produk dan taktik pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Namun, dalam praktiknya, banyak UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang

masih lebih mengandalkan intuisi dan kurang memiliki keahlian pasar dasar, sehingga produk dan metode pemasaran yang mereka tawarkan kurang relevan dengan tren pasar. Aspek penting lainnya dari intellectual capital adalah innovation capability. Innovation capability UMKM didefinisikan sebagai kemampuan mereka untuk menghasilkan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide-ide baru, baik dalam bentuk barang, proses, atau penerapan teknologi dalam operasional perusahaan (Octasylya et al., 2022). Hurley & Hult (1998) dalam Rathod et al. (2022), menggarisbawahi pentingnya innovation capability dalam membangun nilai tambah dan keunggulan jangka panjang. Namun, tren saat ini menunjukkan bahwa inovasi di kalangan UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang terbatas dan tidak berkelanjutan, dengan beberapa di antaranya hanya mengandalkan peningkatan produk dasar daripada rencana inovasi jangka panjang.

Beberapa studi sebelumnya telah meneliti intellectual capital di UMKM, tetapi masih terdapat kesenjangan penelitian. Hutabarat et al. (2026) menemukan bahwa innovation capability berfungsi sebagai variabel mediasi antara intellectual capital dan kinerja UMKM, namun studi ini tidak mengidentifikasi keunggulan bersaing sebagai variabel utama. Bansal et al. (2023) meneliti dampak intellectual capital terhadap kinerja UMKM tetapi tidak secara khusus membahas fungsi kemampuan manajemen dan pengetahuan pasar. Sementara itu, Pratiwi & Setiyono (2024) menekankan pentingnya innovation capability dalam keberlanjutan UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang tetapi tidak memasukkannya ke dalam kerangka intellectual capital yang lengkap. Di sisi lain, Baiquny & Nasution (2024) meneliti keunggulan bersaing UMKM dalam hal orientasi pasar dan kewirausahaan, tetapi tidak memasukkan talenta internal sebagai bagian dari intellectual capital. Fenomena ini menunjukkan ketidaksesuaian antara kapasitas intellectual capital UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang dan pelaksanaan praktik manajemen ideal, pengetahuan pasar, dan inovasi seperti yang dianjurkan dalam literatur. Dengan kata lain, terdapat ketidaksesuaian antara kondisi aktual di lapangan dan pendekatan strategi berbasis pengetahuan yang seharusnya digunakan untuk menghadapi persaingan yang lebih ketat.

Intellectual capital dalam konteks UMKM mengacu pada kapasitas internal yang melekat pada pemilik perusahaan dan organisasi dalam mengelola pengetahuan dan menerjemahkannya menjadi nilai ekonomi. Menurut Grant (1996), pengetahuan merupakan sumber daya strategis penting yang berfungsi sebagai fondasi untuk menciptakan keterampilan dan mencapai keunggulan bersaing jangka panjang. Akibatnya, kapasitas UMKM kuliner makanan ringan untuk berhasil mengelola dan mengembangkan intellectual capital menentukan keberhasilan mereka dalam menghadapi persaingan, bukan hanya dalam hal aset fisik (Hidayati & Triaji, 2024). Salah satu aspek penting dari intellectual capital adalah kemampuan manajemen, yang mengacu pada kemampuan pemilik atau manajer UMKM untuk membangun rencana bisnis, membuat pilihan strategis, dan merumuskan strategi kompetitif yang efektif (Hariyono & Narsa, 2024). Keterampilan manajemen yang kuat membantu UMKM untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien dan bereaksi terhadap

perubahan lingkungan bisnis. Namun, kejadian yang ditemukan di antara UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang menunjukkan bahwa banyak pemilik perusahaan terus menjalankan operasinya secara informal dan naluriah, tanpa perencanaan strategis yang jelas, sehingga mengakibatkan posisi kompetitif yang lemah di pasar. Selain bakat manajemen, Market Knowledge Capability merupakan faktor penting dalam mengembangkan keunggulan bersaing bagi UMKM kuliner makanan ringan. Market Knowledge Capability mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memahami permintaan konsumen, mengidentifikasi tren pasar, dan menentukan segmentasi pasar yang tepat (Masrianto et al., 2022). Kesadaran yang menyeluruh terhadap pasar memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan produk dan taktik pemasaran mereka dengan perubahan permintaan pelanggan (Morgan et al, 2009; Falahat et al., 2020). Namun, banyak UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang masih kurang memiliki pengetahuan pasar yang memadai dan lebih bergantung pada pengalaman pribadi, sehingga menghasilkan produk yang kurang mampu memenuhi harapan pasar.

Berdasarkan kesenjangan teoritis dan empiris yang diuraikan, dapat disimpulkan bahwa meskipun berbagai studi telah meneliti intellectual capital, innovation capability, dan keunggulan bersaing UMKM secara terpisah, masih terdapat keterbatasan penelitian yang mengintegrasikan ketiganya dalam kerangka analitis yang komprehensif, khususnya dalam konteks UMKM makanan ringan. Lebih lanjut, hanya sedikit studi yang secara bersamaan meneliti peran managerial capability, market knowledge capability, dan innovation capability sebagai dimensi kunci modal intelektual dalam membentuk keunggulan kompetitif UMKM di tingkat lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bersifat baru karena menempatkan keunggulan kompetitif sebagai variabel utama dan meneliti kontribusi relatif dari setiap dimensi modal intelektual dalam konteks UMKM makanan ringan di Kota Semarang. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengembangan teori intellectual capability dari perspektif berbasis pengetahuan sekaligus memberikan implikasi praktis bagi UMKM dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan daya saing yang lebih berkelanjutan.

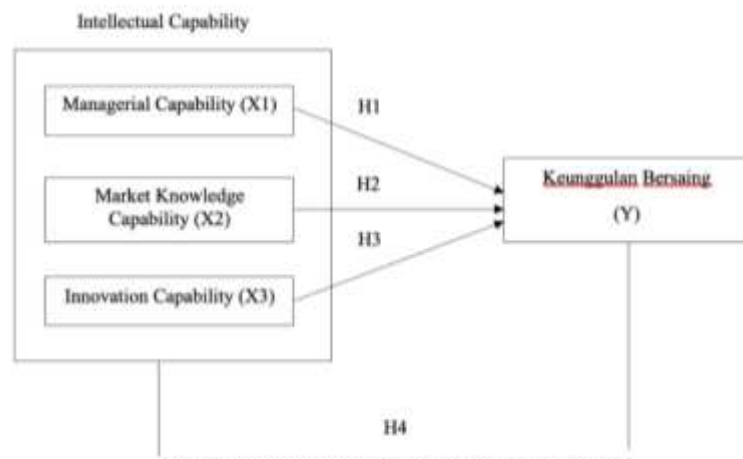
TINJAUAN LITERATUR

Knowledge-Based View (KBV)

Studi ini didasarkan pada pendekatan Knowledge-Based View (KBV), yang memandang pengetahuan sebagai sumber daya strategis yang penting untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan. KBV merupakan perluasan dari Resource-Based View, yang menekankan bahwa keunggulan bersaing suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh aset fisiknya, tetapi juga oleh kapasitasnya untuk mengelola dan memanfaatkan pengetahuan (Grant, 1996). Menurut model KBV, pengetahuan mencakup pengalaman, keterampilan, kompetensi, dan kapasitas organisasi untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya untuk menghasilkan nilai. Organisasi yang dapat berhasil mengumpulkan dan menggunakan informasi akan memiliki keterampilan yang sulit ditiru oleh pesaing, yang berpotensi menghasilkan

keunggulan bersaing jangka panjang. Hal ini menjadi sangat penting dalam konteks bisnis yang dinamis dan kompetitif, seperti sektor pangan, yang ditandai dengan perubahan selera konsumen dan persaingan yang ketat. Dalam konteks UMKM, pengetahuan seringkali terintegrasi dalam diri pemilik atau manajemen perusahaan dan direpresentasikan sebagai intellectual capital. Intellectual capital menunjukkan kemampuan internal UMKM untuk mengelola pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman dalam mendukung pengambilan keputusan, perumusan strategi, dan inovasi bisnis. Oleh karena itu, KBV memberikan landasan teoritis yang kokoh untuk menjelaskan bagaimana intellectual capital membantu UMKM memperoleh keunggulan bersaing, terutama dengan meningkatkan kapasitas internal berbasis pengetahuan.

Kerangka Konsep



Gambar 1. Kerangka Konsep

Menurut pendekatan Knowledge-Based View (KBV), pengetahuan merupakan sumber daya strategis penting yang mampu menghasilkan keunggulan bersaing jangka panjang. Dalam kasus UMKM, informasi ini diinternalisasi sebagai intellectual capital, yang mewakili kapasitas inheren pemilik usaha dan organisasi. UMKM mengandalkan intellectual capital untuk mengelola sumber daya secara efisien, beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, dan menghasilkan nilai lebih dibandingkan pesaing.

Dalam penelitian ini, intellectual capital didefinisikan dalam tiga dimensi: managerial capability, Market Knowledge Capability, dan innovation capability (Alshahrani et al., 2024). Ketiga aspek ini diidentifikasi sebagai kompetensi berbasis pengetahuan yang berdampak langsung pada potensi UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang untuk memperoleh keunggulan bersaing. Managerial capability mencerminkan kemampuan pemilik atau manajer UMKM untuk mengembangkan rencana bisnis, mengambil keputusan, dan merumuskan strategi kompetitif. Dari perspektif KBV, managerial capability adalah jenis pengetahuan dan keahlian

terintegrasi yang memungkinkan UMKM untuk berhasil mengorganisir sumber daya (Salsabila et al., 2025). Keterampilan manajemen yang kuat diprediksi akan meningkatkan kemampuan UMKM untuk mengembangkan strategi yang adaptif dan mempertahankan posisi kompetitif mereka dalam menghadapi perubahan pasar.

Market Knowledge Capability mengacu pada kemampuan UMKM untuk memahami permintaan konsumen, mendeteksi tren pasar, dan memutuskan segmentasi pasar yang tepat (Junaidi et al., 2025). Pengetahuan pasar merupakan komponen penting dari KBV karena memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan barang dan taktik pemasaran mereka dengan perubahan preferensi pelanggan. UMKM dengan Market Knowledge Capability yang sangat baik lebih peka terhadap kebutuhan pasar dan lebih mampu menghasilkan nilai yang berarti bagi klien, sehingga meningkatkan keunggulan bersaing mereka. Selanjutnya, innovation capability mengacu pada kemampuan UMKM untuk menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru, baik dalam bentuk barang, proses, atau penerapan teknologi dalam operasi perusahaan (Yun, 2022). Dalam paradigma KBV, innovation capability dianggap sebagai metode fundamental untuk mengubah pengetahuan menjadi nilai ekonomi dan kekhasan unik yang sulit ditiru (Migdadi, 2022). UMKM dengan potensi inovasi yang tinggi diharapkan dapat menciptakan produk dan strategi bisnis yang kreatif, sehingga mempertahankan daya saing. Dalam penelitian ini, keunggulan bersaing digunakan sebagai variabel dependen untuk menunjukkan kapasitas UMKM kuliner makanan ringan dalam menghasilkan nilai lebih dibandingkan pesaing. Diferensiasi produk, penetapan harga yang kompetitif, promosi dan pemasaran yang efisien, serta taktik bisnis baru semuanya berkontribusi untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dipandang sebagai produk dari manajemen intellectual capital yang baik dan terkoordinasi.

Berdasarkan definisi di atas, kerangka konseptual penelitian ini mengungkapkan bahwa managerial capability, Market Knowledge Capability, dan innovation capability, sebagai dimensi intellectual capital, memainkan peran penting dalam membentuk keunggulan bersaing UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang. Interaksi antara faktor-faktor ini menciptakan model konseptual yang menunjukkan dampak langsung intellectual capital terhadap keunggulan bersaing pada UMKM berbasis pengetahuan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei. Sampel penelitian terdiri dari 156 UMKM makanan ringan kuliner di Kota Semarang, yang dipilih menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria UMKM yang telah beroperasi minimal satu tahun dan dikelola langsung oleh pemilik atau manajer bisnis. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian dan diukur menggunakan skala Likert lima poin. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh managerial capability, market knowledge capability, dan

innovation capability terhadap keunggulan kompetitif UMKM makanan ringan kuliner di Kota Semarang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Mean	Std. Deviasi	Kategori
Managerial capability	4,18	0,54	Tinggi
Market Knowledge capability	4,17	0,56	Tinggi
Innovation capability	4,18	0,54	Tinggi
Keunggulan bersaing	4,21	0,55	Tinggi

Berdasarkan Tabel 1, semua variabel penelitian menunjukkan nilai rata-rata dalam kategori tinggi. Keunggulan bersaing memiliki nilai rata-rata tertinggi, diikuti oleh Managerial capability, Innovation capability, dan Market knowledge capability. Hasil ini menunjukkan bahwa UMKM makanan ringan di Semarang umumnya memiliki kapasitas berbasis pengetahuan internal yang baik untuk mendukung daya saing bisnis, meskipun masih terdapat variasi antar UMKM, sebagaimana tercermin dalam nilai standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Bagian ini menyajikan hasil analisis data penelitian yang diperoleh dari 156 UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan statistik yang diperlukan.

1. Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Metode Uji	Statistik Uji	Sig. (p-value)	Keterangan
Residual Regresi	K-S test	0,071	0,054	Normal

Uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test terhadap residual model regresi. Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,054 ($p > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi dan analisis dapat dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Independen	Sig. (p-value)	Keterangan
Kapabilitas Manjerial	0,237	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Market Knowledge Capability	0,106	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Innovation Capability	0,106	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Managerial capability ($p = 0,237$), Market Knowledge Capability ($p = 0,106$), dan Innovation Capability ($p = 0,106$) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Model penelitian dinyatakan memenuhi asumsi homoskedastisitas sehingga layak digunakan untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Sig. (p-value)	VIF	Keterangan
Kapabilitas Manjerial	0,371	2,697	Tidak terjadi multikolinearitas
Market Knowledge Capability	0,338	2,955	Tidak terjadi multikolinearitas
Innovation Capability	0,319	3,134	Tidak terjadi multikolinearitas

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa Managerial capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing ($\beta = 0,313$; $p < 0,001$). Market Knowledge Capability juga berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,278$; $p < 0,001$), demikian pula Innovation Capability yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,380$; $p < 0,001$). Nilai koefisien beta terstandarisasi menunjukkan bahwa Innovation Capability merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keunggulan Bersaing. Selain itu, hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 pada seluruh variabel independen, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, model penelitian dinyatakan layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	2,186	Tidak terjadi autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan menggunakan nilai Durbin-Watson. Hasil analisis menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 2,186. Nilai tersebut berada pada kisaran 1,5-2,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi. Dengan demikian, model penelitian memenuhi asumsi independensi residual.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	B	Beta	t	Sig.
Managerial capability	0,495	0,313	5,149	0,000
Market Knowledge Capability	0,425	0,278	4,372	0,000
Innovation Capability	0,389	0,380	5,812	0,000
Konstanta	1,505	-	1,116	0,266

Hasil uji t menunjukkan bahwa Managerial capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing ($\beta = 0,313$; $p < 0,001$). Market Knowledge Capability juga berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,278$; $p < 0,001$). Demikian pula Innovation Capability menunjukkan pengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,380$; $p < 0,001$). Berdasarkan nilai koefisien beta terstandarisasi, Innovation Capability merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian yang diajukan dinyatakan diterima.

Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi Parsial

Variabel Independen	t-hitung	Sig.
Managerial capability	5,149	0,000
Market Knowledge Capability	4,372	0,000
Innovation Capability	5,812	0,000

Berdasarkan Tabel 7, nilai Adjusted R Square sebesar 0,788 menunjukkan bahwa variabel managerial capability, market knowledge capability, dan innovation capability secara simultan menjelaskan 78,8% variasi keunggulan bersaing. Lebih lanjut, Tabel 7 menunjukkan bahwa innovation capability memiliki kontribusi terbesar terhadap keunggulan bersaing dibandingkan variabel lainnya.

Pembahasan

Peran Intellectual Capital terhadap Keunggulan Bersaing UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga elemen intellectual capital tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen sumber daya berbasis pengetahuan merupakan aspek penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya di

sektor kuliner yang sangat kompetitif. Kesimpulan ini secara teoritis konsisten dengan pendekatan Information-Based View (KBV), yang menyatakan bahwa informasi adalah sumber daya fundamental perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Grant, 1996). KBV mendefinisikan keunggulan bersaing bukan hanya sebagai kepemilikan aset berwujud, tetapi juga sebagai kapasitas organisasi untuk mengelola, mengintegrasikan, dan menggunakan pengetahuannya. Dalam konteks UMKM kuliner makanan ringan, intellectual capital merupakan aset strategis yang sulit ditiru oleh pesaing dan memainkan peran penting dalam membangun perbedaan perusahaan.

Managerial capability dan Keunggulan Bersaing

Temuan penelitian menunjukkan bahwa managerial capability memiliki pengaruh yang menguntungkan dan signifikan terhadap daya saing UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang. Penelitian ini menunjukkan bahwa kapasitas pemilik atau manajer UMKM untuk menyusun rencana bisnis, membuat pilihan, dan merumuskan strategi kompetitif sangat penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Dari sudut pandang KBV, Managerial capability mewakili kemampuan individu untuk mengatur dan mengkoordinasikan pengetahuan organisasi untuk penggunaan maksimal. Pengetahuan manajemen yang terinternalisasi di antara pemilik UMKM memberikan pengambilan keputusan yang lebih terinformasi dan adaptif dalam menanggapi perubahan kondisi perusahaan. Hal ini konsisten dengan gagasan Bontis (1998) dan Widyaningrum (2011), yang berpendapat bahwa keterampilan manajemen merupakan komponen penting dari intellectual capital yang berkontribusi pada penciptaan nilai dan keunggulan bersaing. Dalam konteks empiris UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang, keterampilan manajemen yang tinggi memungkinkan pelaku bisnis untuk mengembangkan strategi kompetitif yang disesuaikan dengan karakteristik pasar lokal, mengelola sumber daya secara efisien, dan menghindari persaingan harga negatif. Dengan demikian, kemampuan manajemen merupakan dasar penting untuk mencapai keunggulan bersaing jangka panjang.

Market Knowledge Capability dan Keunggulan Bersaing

Studi ini juga menemukan bahwa keunggulan bersaing UMKM kuliner makanan ringan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh market knowledge capability mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam tentang permintaan konsumen, tren industri, dan segmentasi pasar dapat membantu UMKM memberikan nilai lebih besar daripada pesaing. Dalam kerangka KBV, pengetahuan pasar merupakan jenis informasi eksternal yang sangat strategis karena berhubungan langsung dengan dinamika lingkungan bisnis. Kapasitas UMKM untuk memperoleh, mengevaluasi, dan menggunakan informasi pasar memungkinkan mereka untuk melakukan penyesuaian yang lebih akurat terhadap produk, penetapan harga, dan taktik pemasaran. Morgan et al. (2009), serta Falahat et al. (2020), menggarisbawahi pentingnya market knowledge capability dalam

meningkatkan kinerja pemasaran dan daya saing. Dalam kasus UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang, market knowledge capability membantu perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan selera konsumen, memanfaatkan peluang pasar khusus, dan menciptakan taktik promosi yang sesuai. Hal ini sangat penting karena persaingan dari perusahaan kuliner berbasis digital dengan akses informasi pasar yang lebih besar semakin meningkat. Dengan demikian, market knowledge capability merupakan komponen penting dari intellectual capital dalam membangun keunggulan bersaing.

Innovation Capability dan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan temuan penelitian, innovation capability memiliki dampak paling signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang. Temuan ini menunjukkan bahwa kapasitas UMKM untuk mengembangkan produk atau menu baru, menggunakan teknologi dalam operasional, dan mengadaptasi item merupakan aspek penting dalam menciptakan perbedaan dan tetap kompetitif. Menurut model KBV, innovation capability merupakan konsekuensi dari penggabungan pengetahuan internal dan eksternal di dalam suatu perusahaan. Innovation capability UMKM menunjukkan kemampuan mereka untuk menerjemahkan pengetahuan menjadi produk, proses, atau strategi inovatif yang bernilai tambah. Hurley dan Hult (1998), serta Calantone et al. (2002), menggarisbawahi pentingnya innovation capability sebagai penentu keunggulan bersaing, khususnya dalam konteks perusahaan yang dinamis. Bagi UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang, innovation capability memungkinkan mereka untuk menciptakan menu yang khas, meningkatkan kualitas layanan, dan menggunakan teknologi digital dalam operasional dan pemasaran. Inovasi berkelanjutan mengurangi kerentanan UMKM terhadap peniruan oleh pesaing dan memungkinkan mereka untuk mempertahankan posisi kompetitif dari waktu ke waktu. Hasilnya, temuan studi ini mendukung klaim KBV bahwa inovasi berbasis pengetahuan merupakan sumber utama keunggulan bersaing.

Pengaruh Simultan Intellectual Capital terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Makanan Ringan di Kota Semarang

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, managerial capability, market knowledge capability, dan innovation capability secara simultan secara signifikan memengaruhi keunggulan bersaing UMKM makanan ringan di Kota Semarang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,788, yang mengindikasikan bahwa ketiga dimensi intellectual capital ini bersama-sama menjelaskan 78,8% variasi keunggulan bersaing UMKM kuliner makanan ringan. Temuan ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing UMKM kuliner makanan ringan tidak dibentuk oleh satu kemampuan saja secara terisolasi, melainkan melalui sinergi antara managerial capability, market knowledge capability, dan innovation capability.

Hasil ini selaras dengan pendekatan Knowledge-Based View (KBV), yang menekankan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan muncul ketika suatu organisasi mampu mengintegrasikan berbagai sumber daya berbasis pengetahuan ke dalam strategi dan aktivitas operasionalnya (Grant, 1996). Dalam konteks UMKM makanan ringan, managerial capability mendukung pengambilan keputusan strategis, market knowledge capability memungkinkan respons yang tepat terhadap kebutuhan konsumen, dan innovation capability berperan dalam menciptakan diferensiasi. Kombinasi ketiga kemampuan ini menciptakan intellectual capital yang kuat dan sulit ditiru, sehingga meningkatkan posisi bersaing UMKM secara keseluruhan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Studi ini menunjukkan bahwa intellectual capital, yang didefinisikan sebagai Managerial capability, market knowledge capability, dan innovation capability, memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner makanan ringan di Kota Semarang. Temuan menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan dan kapasitas internal merupakan variabel strategis penting dalam memperkuat daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Lebih lanjut, innovation capability memiliki dampak terbesar terhadap keunggulan bersaing, diikuti oleh Managerial capability dan market knowledge capability. Temuan ini memperkuat pendekatan Information-Based View, yang menekankan informasi sebagai sumber daya penting untuk mencapai keunggulan bersaing jangka panjang.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, UMKM kuliner makanan ringan perlu mengembangkan managerial capability, memperluas keahlian pasar, dan mendukung inovasi produk dan proses yang berkelanjutan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Lebih lanjut, diperlukan studi lebih lanjut untuk menyempurnakan model penelitian dengan memasukkan faktor tambahan seperti kecenderungan kewirausahaan atau penggunaan teknologi digital, serta untuk memperluas cakupan topik penelitian agar kesimpulan lebih dapat digeneralisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alshahrani, M. A., Yaqub, M. Z., & Alabdali, M. A. (2024). Examining the role of intellectual capital in maturing sustainable competitive advantage through enkindling innovations in SMEs: the moderating role of entrepreneurship-orientation. *Journal of Intellectual Capital*, 25(2-3), 328-359. <https://doi.org/10.1108/JIC-05-2023-0111>
- Baiquny, A. S., & Nasution, Y. (2024). Peran modal intelektual, keunggulan kompetitif, dan kemampuan inovasi terhadap kinerja usaha kecil menengah. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(2), 1571-1584.

- Bansal, S., Garg, I., Jain, M., & Yadav, A. (2023). Improving the performance/competency of small and medium enterprises through intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 24(3), 830–853. <https://doi.org/10.1108/JIC-07-2021-0189>
- Fajrul, M., & Sptyana, R. F. (2025). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Era Digital: Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Kota Semarang. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(2), 143–157. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i2.5066>
- Falahat, M., Ramayah, T., Soto-Acosta, P., & Lee, Y. Y. (2020). SMEs internationalization: The role of product innovation, market intelligence, pricing and marketing communication capabilities as drivers of SMEs' international performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 152.
- Grant, R. M. (1996). Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 17, 109–122.
- Hariyono, A., & Narsa, I. M. (2024). The value of intellectual capital in improving MSMEs' competitiveness, financial performance, and business sustainability. *Cogent Economics and Finance*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2325834>
- Hidayati, N., & Triaji, E. (2024). the Influence of Competence and Intellectual Capital on the Performance of Smes (Case Study on Culinary Smes in Arcamanik District). *Jurnal Ilmu Sosial*, 22(2), 287–300. <http://jurnaldialektika.com/>
- Hisyam, A., & Fitriyah, H. (2024). Digital Marketing Strategy for MSMEs to Increase Competitiveness of Local Products. *Journal of Cultural and Community Development*, 15(3).
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42–54.
- Hutabarat, I. R. K., Fitriadi, M., & Hadawiyah, A. (2026). Strategic Knowledge Management terhadap Intellectual Capital dan Innovation Performance UKM Manufaktur di Kota Bandar Lampung. *Factory Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri*, 4(2), 113–128. <https://doi.org/10.56211/factory.v4i2.1477>
- Junaidi, J., Parela, Epi, & Ariswandy, D. (2025). Improvement of Managerial Capacity of MSMEs in Facing Global Competition. *Devotion: Journal Corner of Community Service*, 3(3), 15–25. <https://doi.org/10.54012/devotion.v3i3.428>
- Masrianto, A., Hartoyo, H., Hubeis, A. V. S., & Hasanah, N. (2022). Digital Marketing Utilization Index for Evaluating and Improving Company Digital Marketing Capability. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030153>
- Migdadi, M. M. (2022). Knowledge management processes, innovation capability and organizational performance. *International Journal of Productivity and*

- Performance Management*, 71(1), 182–210. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-04-2020-0154>
- Morgan, N. A., Vorhies, D. W., & Mason, C. H. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal*, 30(8), 909–920.
- Octasyilva, A. R. P., Yuliati, L. N., Hartoyo, H., & Soehadi, A. W. (2022). Innovativeness as the Key to MSMEs' Performances. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116429>
- Pratiwi, Y. I., & Setiyono, T. A. (2024). Pengaruh Kapabilitas Inovasi, Modal Usaha, Diversifikasi Produk dan Pemahaman Akuntansi terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Bidang Kuliner di Kota Semarang. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA)*, 2(2), 151–162. <https://doi.org/10.36733/jia.v2i2.10161>
- Rajabalizadeh, J., & Oradi, J. (2022). Managerial ability and intellectual capital disclosure. *Asian Review of Accounting*, 30(1), 59–76. <https://doi.org/10.1108/ARA-11-2020-0180>
- Rathod, H. S., Dixit, T., Huda, M., & Maselena, A. (2022). Market innovations driving competitive advantage in MSMEs: An Extensive Literature Review. *International Journal of Health Sciences*, 6(S3), 6457–6469.
- Salsabila, M. H., Musadieg, M., & Ruhana, I. (2025). THE IMPACT OF KNOWLEDGE MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL LEARNING ON COMPETITIVE ADVANTAGE : EVIDENCE FROM SASIRANGAN MSMES IN. *Al-Banjari : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman*, 24(2), 127–143. <https://doi.org/10.18326/albanjari.v8i2>
- Sundari, A., Indrasari, M., & Hasbullah, M. A. (2025). *Sustainability UMKM di Tengah Tantangan Global*. Academica Publication.
- Yun, M. (2022). The impact of technological capability on MSME innovation: a case study of Vietnam. *Asian Journal of Technology Innovation*, 30(3), 491–518. <https://doi.org/10.1080/19761597.2021.1890163>