

BAB III. GREEN INTELLECTUAL CAPITAL PADA UMKM BATIK PEKALONGAN

Rina Rachmawati ¹, Musdalifah, Wulansari Prasetyaningtyas

¹Program Studi Pendidikan Tata Busana, FT, Universitas

Negeri Semarang

rinarachmawati@mail.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/ie.v1i2.112>

Abstrak

Terdapat fenomena bisnis dan terdapat beberapa fenomena bisnis dan masalah yang dihadapi UMKM Batik, antara lain: 1) dimensi SDM, pemilik adalah penggerak utama dalam usaha, 2) belum ada kepedulian pengusaha batik terhadap limbah dan lingkungan, dan 3) manajemen hijau usaha mendukung keunggulan bersaing usaha. Tujuan penelitian ini adalah memotret *green intellectual capital* pengusaha Batik khususnya di Batik Pekalongan Jawa Tengah, dan dilakukan studi empirik tentang *green intellectual capital* dan pengaruhnya terhadap *competitive advantage* UMKM Batik Pekalongan. Objek penelitian adalah pemilik usaha batik di dua sentra terbesar batik Pekalongan, yaitu di Sentra Batik Kauman dan Pesindon. Penelitian meliputi empat tahap: 1) menganalisa *green intellectual capital* pengusaha batik, 2) menganalisa tentang dimensi entrepreneurship pemilik UMKM batik Pekalongan, 3) menganalisa kinerja UMKM batik Pekalongan dan 4) menganalisa pengaruh *green intellectual capital* terhadap *competitive advantage* UMKM Batik. Pengambilan data menggunakan kuesioner dan merupakan data primer. Metode analisis data menggunakan analisis cluster dan dibantu alat SEM PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel *green human capital*, *Green structure capital* dan *green relational capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage* UMKM Batik Pekalongan. Hasil penelitian ini mampu mendukung kebijakan pemerintah khususnya di bidang UMKM Batik, mampu mengetahui fenomena bisnis yang ada, dan kemudian mencari solusi masalah. Hasil akhir penelitian ini

juga bisa digunakan sebagai acuan bagi pemerintah, lembaga-lembaga terkait serta akademisi untuk mengembangkan keilmuan dan mengembangkan saran prasarana yang dibutuhkan untuk peningkatan UMKM Batik.

Kata kunci: *Green Intellectual Capital*, UMKM, Batik

PENDAHULUAN

Salah satu UMKM yang unggul dan diunggulkan oleh Indonesia adalah UMKM Bidang Batik. Sentra batik di berbagai daerah terus dikembangkan pemerintah dengan menonjolkan ke-khas-an masing-masing daerah. Pemerintah mendukung pengembangan UMKM dengan berbagai progam pemerintah dan dibantu oleh berbagai institusi yang berkompenten (antara lain akademisi dan peneliti). Upaya pemerintah dengan dukungan berbagai pihak bertujuan untuk melestarikan budaya bangsa (konservasi), mengembangkan UMKM (secara ekonomi) dan muaranya adalah peningkatan pendapatan negara Indonesia.

Batik adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang mempunyai nilai yang tinggi. Pengakuan UNESCO tahun 2009 yang menyebutkan batik merupakan warisan budaya Indonesia, berimbas pada dunia batik Indonesia dan diikuti meningkatnya industri batik di Indonesia. Tetapi yang disayangkan, perkembangan usaha batik belum sejalan dengan kepedulian pengrajin (pengusaha) batik terhadap lingkungannya. Salah satu penyebabnya adalah masih rendahnya kesadaran akan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas usahanya, padahal hal tersebut berdampak terhadap eksistensi usahanya. Pengusaha batik masih berasumsi jika pengelolaan lingkungan hijau adalah suatu hal yang menimbulkan biaya yang dianggap akan mengurangi keuntungan usaha.

Usaha batik merupakan usaha menghasilkan limbah, usaha yang sarat dan melekat dengan residu pewarnaan batik dan limbah kain. Residu-residu dari pewarnaan batik dan limbah kain ini cukup mengganggu lingkungan. Jika pengusaha batik abai tentang residu pewarna batik dan limbah kain ini, maka disinyalir akan berdampak terhadap kelangsungan hidup usaha (eksistensi

usaha). Di lain pihak dalam dunia bisnis, beberapa perusahaan lokal di Indonesia telah banyak menaruh perhatian pada bisnis hijau, yaitu bisnis yang memperhatikan lingkungan. Dan salah satunya yaitu organisasi pengusaha batik. Manajemen lingkungan hijau dalam meningkatkan keunggulan bersaing usaha juga mendapat dukungan dari beberapa penelitian, yang hasilnya menunjukkan adanya pengaruh positif antara manajemen hijau usaha dengan keunggulan bersaing perusahaan.

Penelitian terdahulu yang menganalisa tentang pengaruh bisnis hijau atau kepedulian lingkungan dari pengusaha telah dilakukan. Penelitian dilakukan oleh Khanna and Anton, 2002; Christmann, 2000; Shrivastava, 1995, telah menemukan bahwa perusahaan dapat mengambil manfaat dari kepedulian pemilik usaha tentang manajemen lingkungan, karena kegiatan pro-lingkungan memiliki hubungan positif dengan *branding* perusahaan, citra publik, peluang pemasaran, peningkatan penjualan, penghematan biaya potensial dan keunggulan kompetitif (Mishra, 2017). Berdasarkan sudut pandang sumber daya dari perusahaan, mengembangkan *intangibles* (yang berupa *intellectual capital*) yang kuat dapat memberikan peluang bagi organisasi untuk meningkatkan kinerja bisnis, mendapatkan keunggulan kompetitif, inovasi dan sebagai keberlangsungan hidup organisasi (Yusoff *et al.*, 2019). Tetapi dari penelitian-penelitian pendahuluan diatas, belum ada penelitian yang menganalisa terkait *Intellectual capital* tentang manajemen lingkungan atau inovasi hijau dan pengaruh positifnya terhadap pada *competitive advantage* usaha.

Modal intelektual (*intellectual capital*) adalah jumlah total aset tidak berwujud, pengetahuan, dan kemampuan perusahaan yang dapat menciptakan nilai atau keunggulan kompetitif. Huang&Li (2019) menyatakan bahwa organisasi hijau dapat meningkatkan kinerja lingkungan UMKM, yang merupakan dampak positif dari adanya modal intelektual hijau (*Green Intellectual Capital*). Dalam penelitian ini Modal intelektual (*intellectual capital*) akan dikembangkan menjadi sebuah konstruk baru yaitu Modal intelektual (*intellectual capital*). Hal ini seiring

dengan semakin beragamnya regulasi nasional dan internasional serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap lingkungan.

Batik pekalongan adalah salah satu motif batik yang populer di Indonesia. Keunggulan batik pekalongan adalah adanya warna-warna yang berani dan cerah. Keunggulan lainnya adalah motif batik Pekalongan yang selalu mengikuti jaman, tidak monoton, dan menghindari kesan klasik sehingga mudah dipakai oleh kalangan manapun. Sentra terbesar batik Pekalongan adalah di Sentra Batik Kauman dan sentra batik Pesindon Pekalongan. Ratusan pengrajin batik terdapat di kedua sentra batik tersebut. Pengusaha batik di Pekalongan dapat digolongkan kedalam tiga elemen pengusaha, dan ketiganya mempunyai karakteristik dan keistimewaan masing-masing. Beragam merek batik juga ada di Pekalongan.

Berdasarkan data-data dari studi lapangan, dan penelitian empiris terdahulu terkait dengan UMKM, usaha batik dan lingkungan hidup (manajemen hijau), ditemukan beberapa kendala dan hambatan yang dihadapi oleh pemilik UMKM batik yang terkait dengan lingkungan, antara lain adalah 1) dimensi SDM, pemilik adalah pemegang utama usaha, 2) belum ada kepedulian pengusaha batik terhadap lingkungan, dan 3) manajemen hijau usaha mendukung keunggulan bersaing usaha. Usaha batik adalah usaha yang menghasilkan limbah pewarna dan limbah kain. Pengusaha batik banyak mengabaikan tentang limbah dan residu pewarnaan dan kain ini, dengan alasan: 1) penanganan limbah akan menambah biaya, dan 2) penambahan biaya akan mengurangi keuntungan usaha batik.

Fenomena dan masalah diatas dirasa kurang tepat terutama di era Global ini, dimana konsumen akan sangat respek terhadap kelestarian lingkungan hidup. Hal itu didukung dengan penelitian terdahulu, yaitu: Yusoff *et al.*, (2019), Huang&Li (2019), Khanna and Anton (2002); Christmann (2000); Shrivastava (1995), Mishra (2017) tentang keunggulan bersaing usaha terkait manajemen hijau. Maka penelitian ini akan meneliti tentang Modal intelektual (*intellectual capital*) yang dikembangkan menjadi sebuah konstruk baru yaitu Modal intelektual hijau (*Green*

intellectual capital) pada pemilik usaha Batik Pekalongan. Dan kemudian akan dianalisis apakah *Green Intellectual Capital* (GIC) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*). Adapun konstruk modal intelektual hijau (*green intellectual capital*) dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu: 1) modal manusia hijau (*green human capital*), modal struktural hijau (*green structural capital*) dan modal relasional hijau (*green relational capital*). Sedangkan indikator keunggulan bersaing (*competitive advantage*) pada penelitian adalah 1) *Low cost*, 2) *Quality of products and services*, 3) *R&D capability*, 4) *Managerial capability* dan 5) *Profit* serta 6) *Revenue growth*. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah temuan dan gambaran rinci tentang: 1) *Green Intellectual Capital* (GIC) pengusaha batik Pekalongan, 2) gambaran rinci tentang keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*) usaha batik Pekalongan dan 3) pengaruh *Green Intellectual Capital* (GIC) terhadap keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*) usaha batik Pekalongan.

Penelitian mengenai *Green Intellectual Capital* (GIC) dan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*) masih relatif jarang sehingga memiliki peran yang penting dalam perekonomian Indonesia. Keutamaan penelitian ini adalah: 1) Memberikan gambaran rinci *Green Intellectual Capital* (GIC) pengusaha dan atau pemilik usaha batik di Pekalongan. 2) Memberikan gambaran tentang *Green Intellectual Capital* (GIC) dan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*) di usaha Batik Pekalongan, 3) Terbentuk model pendampingan kepada pengusaha batik di Pekalongan dari sisi manajemen hijau sehingga meningkatkan kinerja usaha, 4) Penelitian ini berkontribusi untuk menambah wawasan dan perspektif yang baru di bidang Manajemen tentang manajemen hijau dan *Intellectual Capital*. 5) Memberikan informasi kepada wirausahawan, khususnya pengusaha batik tentang pentingnya *Green Intellectual Capital* untuk keunggulan bersaing usaha batik mereka dan 6) Sebagai dukungan terhadap penelitian terdahulu, dan dikembangkan penelitian terhadap usaha batik dan manajemen hijau.

Green Intellectual Capital (GIC) adalah hal yang merupakan pendukung untuk meningkatkan kinerja UMKM khususnya keunggulan bersaing usaha, tetapi untuk menyusun tentang panduan buku keunggulan usaha UMKM memerlukan biaya yang tidak sedikit. Untuk itu pengolahan harus dilakukan dengan cermat, terinci dan memerlukan penanganan usaha. Oleh karena itu perlu adanya jaringan dengan pihak lain, misalnya dengan Ditjen Dikti, Dinas Perindustrian Jawa Tengah, pihak Perbankan, dan KADIN Jawa Tengah dan pihak-pihak lain.

COMPETITIVE ADVANTAGE; KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU

Keunggulan bersaing diwujudkan ketika perusahaan dapat memberikan kapabilitas yang sama dengan pesaingnya, tetapi dengan biaya yang lebih rendah (keunggulan biaya), atau ketika mampu memberikan keuntungan yang melebihi produk pesaing (keunggulan diferensiasi). Diferensiasi dapat dikembangkan melalui kualitas produk, teknologi dan inovasi, keandalan, citra merek, reputasi perusahaan, ketahanan, dan layanan kepada konsumen yang sulit ditiru oleh pesaing. Barney (2009) menyatakan bahwa sumber daya yang langka dan berharga pada saat yang sama dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Selain itu, sumber daya ini sulit untuk direplikasi, diganti, dan dipertukarkan. Pada penelitian ini indikator keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah 1) *Low cost*, 2) *Quality of products and services*, 3) *R&D capability*, 4) *Managerial capability*, 5) *Profit* dan 6) *Revenue growth*.

INTELLECTUAL CAPITAL (IC); KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU

Pengembangan teori *Resources Based* adalah teori *human capital*. Teori *human capital* dikembangkan pertama kali oleh Gary S. Becker tahun 1964, penerima Nobel di bidang ekonomi dalam bukunya *Human Capital*. Berdasarkan teori *human capital*, kemudian berkembang dalam bidang akuntansi dan keuangan adalah konsep *Intellectual Capital (IC)*. Konsep *Intellectual Capital*

(IC) berkembang pertengahan tahun 1980-an, hal tersebut dimulai dengan munculnya pergeseran dari *production based to service* ke *knowledge-based economy* (Anatan, 2004).

Banyak penelitian dari beberapa disiplin ilmu mulai tertarik meneliti tentang konsep *Intellectual capital* (IC). Hal ini didukung juga dengan pertumbuhan ekonomi yang berbasis pada pengetahuan (*knowledge-based economy*). Stewart (1997) menjelaskan bahwa: "*Intellectual Capital is intellectual material-knowledge, information, intellectual property, experience—that can be put to use to create wealth.*"

Menurut *Resource Based Theory* (RBT) dan *human capital theory*, maka *intellectual capital* merupakan sumber daya yang unik untuk mewujudkan keunggulan kompetitif perusahaan, yang kemudian dapat menciptakan *value added* bagi perusahaan. *Intellectual capital* merupakan aset intangible pada sebuah perusahaan termasuk pengetahuan, kapabilitas karyawan, teknologi, pengalaman, dan kemampuan dalam mengimplementasi inovasi agar tujuan perusahaan dapat tercapai (Huang & Kung, 2011), yang mana telah menjadi lebih penting daripada aset tangible dalam ekonomi berbasis pengetahuan. Menurut Hsu dan Fang (2009), konsep *intellectual capital* adalah total kapabilitas, pengetahuan, budaya, strategi, proses, property intelektual, dan jaringan relasional pada perusahaan yang menciptakan nilai atau keunggulan kompetitif dan membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya (Castro *et al.*, 2011). Secara umum, Stewart (1997) mengidentifikasi tiga konstruk utama dari *Intellectual Capital*, yaitu: *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *customer capital* (CC). Ketiga unsur tersebut merupakan elemen pembangun modal intelektual perusahaan (Abidin, 2000). Konstruk *Human Capital* (HC) merupakan representasi *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya (Bontis *et al.*, 2000). *Human Capital* (HC) merupakan kombinasi dari *genetic inheritance; education; experience*, dan *attitude*. *Human Capital* (HC) hal yang utama dalam modal intelektual, hal ini karena *human capital* merupakan sumber inovasi, *improvement*, sumber dari pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi. Pengetahuan

dan sumberdaya milik karyawan akan meningkatkan *Human capital* (HC).

GREEN INTELLECTUAL CAPITAL (IC); KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU

Intellectual capital dengan lingkungan alam (*natural environment*) disebut dengan *green Intellectual capital* (Yusoff *et al.*, 2019). Berdasarkan pengklasifikasian IC yang dilakukan oleh Bontis (1999) dan Johnson (1999), Chen (2008) mengklasifikasikan GIC menjadi *green human capital*, *green structural capital*, dan *green relational capital*. *Human capital* didefinisikan sebagai penyajian akhir dari pengetahuan, keahlian, inovasi, dan kemampuan karyawan untuk mencapai tujuan (Dzinkowski, 2000). Karakteristik kunci dari *human capital* yaitu tidak dapat dimiliki oleh perusahaan (Castro *et al.*, 2011). *Human capital* tertanam dalam diri karyawan dan bukan dalam organisasi (Chen, 2008). Berbeda dengan *human capital* maka *structural capital* atau *organizational capital* tertanam dalam organisasi, sehingga tidak akan hilang bersamaan dengan perginya karyawan.

Chen (2008), mendefinisikan *Green structural capital* sebagai persediaan kapabilitas organisasional, komitmen organisasional, sistem manajemen pengetahuan, sistem rewards, teknologi sistem informasi, database, mekanisme manajerial, proses operasi, filosofi manajerial, budaya organisasional, imej perusahaan, hak paten, hak cipta, dan merek dagang, dll. Tentang melindungi lingkungan atau *green innovation* pada perusahaan. *Green relationship capital* didefinisikan sebagai total hubungan interaktif perusahaan dengan *customer*, *supplier*, anggota jaringan, dan patner tentang manajemen lingkungan dan *green innovation*, yang memungkinkannya untuk menciptakan kekayaan dan memperoleh keunggulan kompetitif (Yong *et al.*, 2019). Adapun konstruk modal intelektual hijau (*green intellectual capital*) dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu: 1) modal manusia hijau (*green human capital*), modal struktural hijau (*green structural capital*) dan modal relasional hijau (*green relational capital*).

Penelitian tentang *Green Intellectual capital* (GIC) dan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian dilakukan oleh Khanna and Anton, 2002; Christmann, 2000; Shrivastava, 1995, telah menemukan bahwa perusahaan dapat mengambil manfaat dari kepedulian pemilik usaha tentang manajemen lingkungan, karena kegiatan pro-lingkungan memiliki hubungan positif dengan *branding* perusahaan, citra publik, peluang pemasaran, peningkatan penjualan, penghematan biaya potensial dan keunggulan kompetitif (Mishra, 2017). Berdasarkan sudut pandang sumber daya dari perusahaan, mengembangkan intangibles (yang berupa *intellectual capital*) yang kuat dapat memberikan peluang bagi organisasi untuk meningkatkan kinerja bisnis, mendapatkan keunggulan kompetitif, inovasi dan sebagai keberlangsungan hidup organisasi (Yusoff *et al.*, 2019). Tetapi dari penelitian-penelitian pendahuluan diatas, belum ada penelitian yang menganalisa terkait *Intellectual capital* tentang manajemen lingkungan atau inovasi hijau dan pengaruh positifnya terhadap pada *competitive advantage* usaha. Perbedaan penelitian ini dibanding penelitian terdahulu adalah variabel bebas yang digunakan berbeda dan lebih luas, objek penelitian berbeda, dan ada penambahan komponen penelitiannya.

Tabel 3.1. Indikator Green Intellectual Capital dan Competitive Advantage

Variabel	Indikator	Pengukuran Indikator
Green intellectual capital	<i>Green human capital</i>	1. <i>Productivity and cooperation</i>
		2. <i>Employee competency</i>
		3. <i>Quality of products and services</i>
		4. <i>Teamwork</i>
		5. <i>Manager support for environmental protection</i>
	<i>Green structure capital</i>	1. <i>Management system</i>
		2. <i>Innovation</i>
		3. <i>Investment in R & D</i>
		4. <i>Overall operational process</i>

<i>Green relational capital</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Design products / services according to the wishes of environmentalism and consumers</i> 2. <i>Consumer satisfaction regarding environmental protection is better with competitors</i> 3. <i>Cooperation in environmental protection with continuous suppliers</i> 4. <i>Cooperation in environmental protection with continuous strategic partners</i>
<i>Competitive advantage</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Low cost</i> 2. <i>Quality of products and services</i> 3. <i>R&D capability</i> 4. <i>Managerial capability</i> 5. <i>Profit</i> 6. <i>Revenue growth</i>

Sumber: dari berbagai penelitian terdahulu, dikembangkan sebagai var penelitian, 2022

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha atau pengrajin batik di Pekalongan Jawa Tengah, yang akan diambil di sentra batik Kauman dan sentra batik Pesindon. Total *sample* pengusaha berjumlah 83 pengusaha batik. Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat *green intellectual capital* (GIC) batik Pekalongan adalah analisis SEM yang dioperasikan melalui program *Analysis of Moment Structure* (AMOS) 16,0.

GREEN INTELECTUAL CAPITAL DAN COMPETITIVE ADVANTAGE, KAJIAN EMPIRIS

Model penelitian yang diajukan seperti pada gambar 3.1 akan diproses dengan analisis SEM-PLS melalui program WarpPls.

Adapun masing- masing konstruk yang ada pada model penelitian ini merupakan konstruk formatif. Secara singkat, pengolahan data dengan analisis SEM-PLS (Warp-PLS) memberikan informasi. Model penelitian ini dapat dikatakan sebagai suatu model yang fit karena dari hasil yang diperoleh telah memenuhi syarat yang ditentukan seperti yang tertera pada gambar 3.1.

```

Model fit and quality indices
Average path coefficient (APC)=0.257, P=0.003
Average R-squared (ARS)=0.246, P=0.004
Average adjusted R-squared (AARS)=0.218, P=0.009
Average block VIF (AVIF)=1.010, acceptable if <= 5, ideally
<= 3.3
Average full collinearity VIF (AFVIF)=1.130, acceptable if <=
5, ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.245, small >= 0.1, medium >= 0.25,
large >= 0.36
Simpson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7,
ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >=
0.9, ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000,
acceptable if >= 0.7

```

Gambar 3.1. Output General Results

Selanjutnya untuk melihat *path coefficient and p-value* dari model penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.2.

```

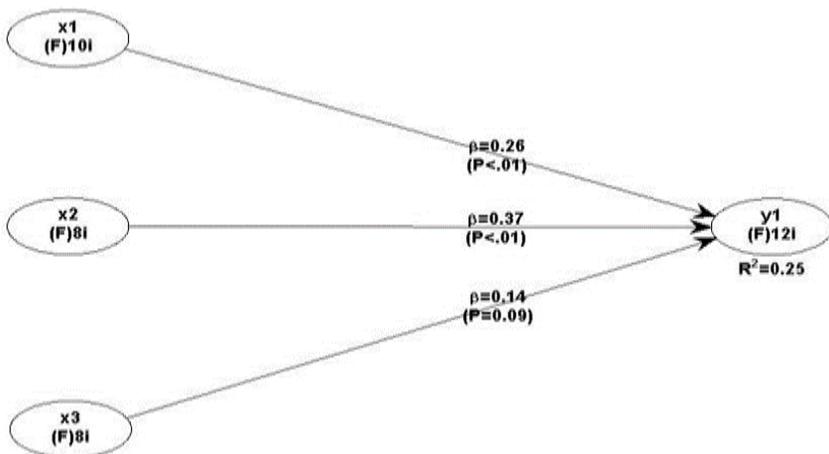
*****
* Path coefficients and P values *
*****
Path coefficients
-----
          x1    x2    x3    y1
x1
x2
x3
y1    0.258  0.374  0.140

P values
-----
          x1    x2    x3    y1
x1
x2
x3
y1    0.006  <0.001  0.094

```

Gambar 3.2. Output Path Coefficient

Output tersebut menunjukkan bahwa koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green human capital* ke *competitive advantage* adalah sebesar 0.258 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa *Green human capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green human capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. Selanjutnya koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green structural capital* ke kinerja *competitive advantage* adalah sebesar 0.374 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa *Green structural capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green structural capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. Kemudian koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green relational capital* ke *competitive advantage* adalah sebesar 0.140 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.1. Hal ini menunjukkan bahwa *Green relational capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green relational capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. Secara keseluruhan, informasi dari hasil output penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.3.



Gambar 3.3. Hasil Output Penelitian

F.1. Pengaruh *Green Human Capital* terhadap Kinerja *Competitive Advantage*

Hasil penelitian menyatakan bahwa *Green human capital* ke kinerja *competitive advantage* adalah sebesar 0.258 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa *Green human capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green human capital* maka semakin tinggi *competitive advantage*. adapun hal ini membuktikan bahwa *Productivity and cooperation, Employee competency, Quality of products and services dan Teamwork serta Manager support for environmental protection* dianggap mampu meningkatkan *competitive advantage* usaha batik di Pekalongan. Pegawai yang memiliki kompetensi dan pemahaman tentang limbah batik secara umum memberikan yang terbaik pada perusahaan sehingga perusahaan mempunyai keunggulan. keunggulan lainnya adalah adanya dukungan dari pemilik usaha berupa kesadaran mereka untuk memperhatikan lingkungan dari limbah Batik. mereka mendaur ulang limbah kain dengan membuat kerajinan dan masker.

F.2. Pengaruh *Green Structural Capital* terhadap Kinerja *Competitive Advantage*

Hasil penelitian menyatakan bahwa koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green structural capital* ke *competitive advantage* adalah sebesar 0.374 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa *Green structural capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green structural capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. *Green structural capital* yang terdiri dari *Management system, Innovation, Investment in R & D dan Overall operational process* mampu meningkatkan kinerja *competitive advantage* usaha batik di Pekalongan. kesadaran pemilik usaha tentang lingkungan hidup terkait dengan limbah batik, maka terwujudlah system manajemen usaha yang mengarah kepada

pengolahan limbah batik. sehingga mereka melakukan inovasi-inovasi usaha untuk mengurangi dampak buruk limbah batik terhadap lingkungan. inovasi tersebut dilakukan antara lain adalah: membuat produk-produk dari limbah kain batik, menggunakan pewarna alam sebagai pewarna batik walau belum diterapkan dalam keseluruhan produksi, dan didesa Pesindon diadakan Gerakan Hijau, yaitu penanaman tanaman untuk hijau lingkungan. hal ini yang menjadikan lingkungan asri, sehingga mendukung program kampung batik untuk wisata, yang berdampak terhadap kinerja *competitive advantage*.

F.3. Pengaruh *Green Relational Capital* terhadap Kinerja *Competitive Advantage*

Hasil penelitian menyatakan bahwa koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green relational capital* ke kinerja *competitive advantage* adalah sebesar 0.140 dan signifikan dengan nilai *p* lebih kecil 0.1. Hal ini menunjukkan bahwa *Green relational capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green relational capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. *Green customer capital* yang terdiri dari *Design products/ services according to the wishes of environmentalism and consumers, Consumer satisfaction regarding environmental protection is better with competitors, Cooperation in environmental protection with continuous suppliers* dan *Cooperation in environmental protection with continuous strategic partners* dianggap mampu meningkatkan kinerja *competitive advantage* usaha batik di Pekalongan.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Variabel *green human capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage* UMKM Batik Pekalongan
2. Variable *green structure capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage* UMKM Batik Pekalongan.

3. Variable *green relational capital* berpengaruh terhadap competitive advantage UMKM Batik Pekalongan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan dana penelitian Penelitian Dasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, S.H., 2015. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0. *Modul Ajar*, pp.21.
- Baluku, M.M., Kikooma, J.H., & Kibanja, G.M., 2016. Psychological Capital and the Startup Capital-entrepreneurial Success Relationship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 28(1), pp.27-54.
- Barnea, A., Haugen, R.A., & Senbet, L.W., 1980. A Rationale for Debt Maturity Structure and Call Provisions in the Agency Theoretic Framework. *The Journal of Finance*, 35(5), pp.1223-1234.
- Brown, T.E., Davidson, P., & Wiklund, J., 2011. An Operationalization of Stevemson's Conceptualization of Entrepreneurship as Opportunity-based Firm Behavior. *Strategic Management Journal*, 22(10), pp.953-968.
- Chen, Y., Lai, S., & Wen, C., 2006. The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67(4), pp.331-339.
- Dahiya, S., & Ray, K., 2012. Staged Investments in Entrepreneurial Financing. *Journal of Corporate Finance*, 18(5), pp.1193-1216.
- Farkas, G., 2016. The Effects of Strategic Orientations and Perceived Environment on Firm Performance. *Journal of Competitiveness*, 8(1).
- Huang, J., & Li, Y., 2017. Green Innovation and Performance: The View of Organizational Capability and Social Reciprocity. *Journal of Business Ethics*, 145(2), pp.309-324.

- Jensen, M.C., & Meckling, W.H., 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, pp.305-360.
- Shinozaki, S., 2014. A New Regime of Sme Finance in Emerging Asia: Enhancing Access To Growth Capital and Policy Implications. *Journal of International Commerce, Economics and Policy*, 5(3), pp.1-37.
- Schumpeter, J.A., 1934. *Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Bussiness Cycle*, Vol.55. Oxford University Press.
- Trinh, H.T., Kakinaka, M., Kim, D., & Jung, T. Y., 2017. Capital Structure and Investment Financing of Small and Medium-Sized Enterprises in Vietnam. *Global Economic Review*, 46(3), pp.325-349.
- Winton, A., & Yerramilli, V., 2008. Entrepreneurial Finance: Banks versus Venture Capital. *Journal of Financial Economics*, 88(1).