

**Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keunggulan/
Daya Saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan
Di Makassar**

SKRIPSI

OLEH

BUDI DARMAWAN
I 311 03 041



Peny.	UNIVERSITAS HASANUDDIN
Tgl.	4 - 12 - 08
As.	peternakan
	1 kelas
	1000
	110
	SKR-PT 08
	DAR
	6

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2008**

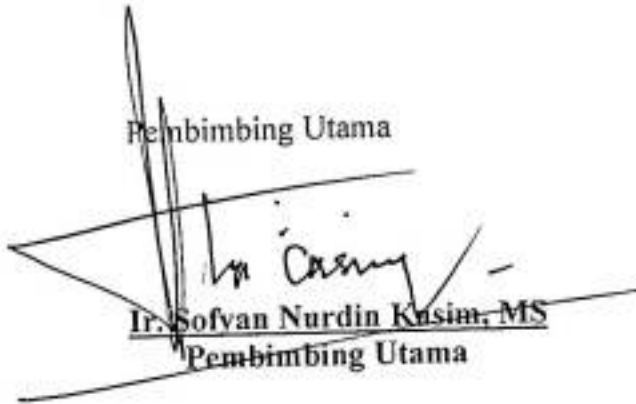
Judul Skripsi : Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keunggulan/ Daya Saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan di Makassar

Nama : Budi Darmawan

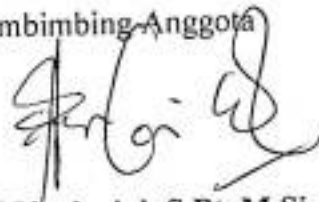
Stambuk : I 311 03 041

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama


Ir. Sofyan Nurdin Kusim, MS
Pembimbing Utama

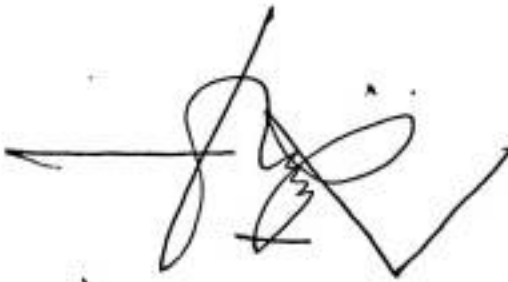
Pembimbing Anggota


Siti Nurlaelah S.Pt, M.Si
Pembimbing Anggota

Mengetahui ;



Prof. Dr. Ir. H. Syamsuddin Hasan, M.sc
Dekan


Ir. Muhammad Aminawar
Ketua Jurusan

Tanggal Lulus : 16 Oktober 2008

ABSTRAK

Budi Damawan 1 311 03 041 **Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keunggulan/ Daya Saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan di Makassar,** Di bawah bimbingan Bapak Ir. Sofyan Nurdin Kasim, MS selaku pembimbing utama, dan Ibu St. Nurlaelah, S.pt, M.si selaku pembimbing anggota.

Kesadaran akan pentingnya sumber daya perusahaan dikelola secara tepat/ baik, seiring dengan semakin meningkatnya intensitas persaingan diantara para pelaku bisnis. Dewasa ini dalam dunia bisnis telah terjadi perubahan pandangan mengenai sumber daya mana saja yang bersifat strategik bagi perusahaan. Perubahan tersebut yaitu didominasi sumber daya yang bersifat fisik kearah dominasi pengetahuan, tingkat persaingan yang terjadi diantara pelaku bisnis tersebut adalah sebagai dampak globalisasi yang difasilitasi oleh penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih.

Perusahaan-perusahaan dituntut harus menjaga citranya agar dapat unggul dan bersaing karena banyak perusahaan yang gagal (koleps) karena hanya memperhatikan modal fisik saja ,dan tidak mampu belajar dalam mengadopsikan dirinya dengan perubahan lingkungan atau pasar, sehingga mengecewakan pelanggannya dan ditolak oleh lingkungannya akibatnya kehilangan pasar dan tutup. Sehingga secara terus-menerus melakukan inovasi, dan mengambil tindakan yang tepat untuk menggerakkan perusahaannya ke arah tujuan yang diinginkan. Kemampuan tersebut hanya mungkin terwujud jika perusahaan tersebut secara efektif menggunakan ketiga faktor tersebut (Modal Intelektual, Jalur Penciptaan Nilai, Manajemen Pengetahuan).Berdasarkan latar belakang diatas dilakukan penelitian dengan judul **Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di Makassar**

Penelitian ini dilaksanakan pada 17 Juni 2008 sampai 17 September 2008 bertempat di 37 Perusahaan Pemasar Produk Peternakan yang berdomisili di Makassar. Waktu penelitian selama kurang lebih tiga bulan, yaitu bulan Juni sampai September 2008.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda secara statistik modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan manajemen pengetahuan secara Simultan dan Parsial berpengaruh nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan.Nilai koefisien determinan 0,883 ($R^2 = 88,3 \%$), hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan manajemen pengetahuan yaitu 88,3 % sedangkan sisanya 11, 7 % adalah dipengaruhi oleh faktor lain.Dari Modal Intelektual, Jalur penciptaan nilai dan Manajemen pengetahuan yang paling dominant berpengaruh terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar yaitu Modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan disusul oleh Manajemen pengetahuan

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Atas segala karunia dan Izin-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan salah satu persyaratan akademis yang harus dipenuhi dalam rangka penyelesaian studi pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar.

Dalam menyusun skripsi ini penulis tak luput dari segala kesulita-kesulitan dan hambatan-hamabatan, namun dengan kesabaran dan ketekunan serta bantuan dari berbagai pihak yang berupa Doa, Bimbingan dan Dorongan, maka kesulitan dan hambatan tersebut dapat teratasi. Meskipun demikian penulis menyadari keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga tidak menutup kemungkinan skripsi ini diwarnai dengan kekurangan-kekurangan atau ketidak sempurnaan olehnya itu, penulis dengan sangat rendah hati dan tangan terbuka menerima kritikan dan saran yang sifatnya konstruktif yang merupakan input dalam penyempurnaan selanjutnya.

Penulis haturkan terima kasih kepada yang telah melahirkan, membesarkan, merawat dan menyayangi, mendoakan dan memberikan segala kasih sayangnya kepada penulis. **Bundaku** tersayang (Siti Nurhaeda) yang merupakan cahaya terang dalam kegelapanku dalam setiap langkah dalam hidupku, tempat dimana penulis mengeluh akan kesulitan dan hambatan yang selama ini penulis rasakan.

Ya Allah izinkan aku membahagiakannya di Dunia ini..Amien....

I Love U Mom!...selanjutnya Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ayahanda ku Hasan Machmud Putraman, Sosok Ayah yang Tenang, Sabar dan Energik. Sungguh Aku Sangat Bangga Menjadi Anakmu...Semua Nasehat dan Ajaran papi tak akan penulis lupakan, maafkan atas segala khilaf dan ketidaktahuan diri penulis kepada Bapa...
2. Untuk Kakakku yang Pertama **Hartawan Hasan** (aku sadar dibalik karaktermu yang diam bagiku sifatmu mulia..) **Warastuti, Indra wijayani** (aku sayang kalian) **Indra Jaya Saputra** bapaknya Alief...bagiku engkau bukan hanya seorang kakak kandungku, tapi melebihi dari itu...sungguh aku sangat bangga terlahir menjadi adikmu...dan yang terakhir Adikku **Mulia Santoso**..yang lagi susun skripsi aku yakin kamu bisa..masa depan ada di tanganmu...
3. Segala Jasa dan bimbingan yang diberikan Bapak **Ir. Sofyan Nurdin Kasim**, tidak akan ternilai harganya...Aku rindu waktu setelah ashar sampai menjelang magrib bersama bapak...ilmu yang bapak ajarkan menjadi senjataku yang paling ampuh dimasa depan..
4. Terima kasih untuk ibu **Siti Nurlaela**...yang telah sabar membimbing penulis
5. Terima kasih untuk Ibu **Bebo** dan ibu **Lina** yang banyak memberi bimbingan, pengalaman untuk dipercayakan menjadi asisten, memberi nasehat dan

mendengar curahan hatiku selama dikampus... karena ibu aku juga jadi semangat ke kampus...

6. Untuk seluruh dosen dan staff jurusan sosial ekonomi peternakan, maupun lingkup fakultas peternakan terima kasih untuk kebersamaan yang terjalin
7. Terima kasih sepenuhnya buat **K" Awi** (bantuan kakanda dari dulu sampai sekarang sangat berarti.....tanpa **K" Awi** Sosek peternakan tidak akan hidup), kanda **Opie 02** (asisten semua mata kuliah), kanda **Agy1** (Duet Maut tak akan saya lupakan).
8. Terima kasih Buat sahabat-sahabatku di instient 03, **Nyonkol** (Thanks Banyak Bro), **Syamsul M** dan **Yuze** (semangat...!!!!Maju terus.), **Masri P** (Bos rajin2 ko kekampus), **Ardimen** (nda pake lama dikampus), **A. Irwan** (bae mu jadi orang, kerumahko Bro) **Tombol** dan **Isme** (bagi-bagi ilmu komputermu ccess),**Lebu Spt**,**Panca**, **Sakti**, **Badesh**, **Babon**, **Hamzah**.**Edi**
9. Terima kasih Buat Sahabat-sahabatku diluar Kampus kalian masih yang terbaik **WandiZlatan**,**Basri**, **Andi Gigi**...(ujian k ccess besok jangan ajak k begadang)
10. Terima kasih buat saudaraku **Fandi** (Dido sayang...shalat malam akan menjadi kebiasaanku,..saya tunggu undangannya)dan **Fahrul** (Alloe..kau tipe orang yang cerdas yang pernah saya kenal) Saya yakin kita bertiga bisa sukses....Amien.
11. Terima kasih Buat 4 saudariku (**Nia**, **Jute**, **Anti Latah**, **Tika**) banyak hal yang kita hadapi bersama.....ingat ki nah...

12. Spesial buat Bidariku yang hadir dan menemaniku sampai saat ini untuk menghadapi masa depanku...cInTA ku

Atas bantuannya yang tak ternilai itu penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan memberi imbalan yang semetinya.

Makassar 20 November 2008

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to read 'Budi Darmawan'. The signature ends with a long horizontal stroke that tapers into an arrowhead pointing to the right.

Budi Darmawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah.....	4
Tujuan Penelitian.....	5
Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Teori Modal Intelektual	7
Komponen-komponen Modal Intelektual.....	8
Modal Manusia.....	9
Modal Struktural.....	12
Struktur Internal.....	13
Struktur Eksternal.....	17
B. Jalur Penciptaan Nilai.....	18
Visi Perusahaan.....	19

Strategi Perusahaan.....	20
Kepemimpinan.....	23
C. Manajemen Pengetahuan.....	25
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	29
Hipotesis.....	30
BAB IV METODE PENELITIAN.....	31
Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
Jenis Penelitian.....	31
Populasi dan Sampel.....	31
Jenis dan Sumber Data.....	32
Metode Pengumpulan data.....	33
Analisa data.....	33
Uji Data.....	34
Konsep Operasional.....	36
BAB V GAMBARAN UMUM LOKASI.....	42
Keadaan Geografi.....	42
Penduduk.....	43
Tenaga Kerja.....	44
Perindustrian.....	44
Perusahaan Pemasar Produk Peternakan.....	47
BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Modal Intelektual.....	48
a. Modal Manusia.....	48
- Pendidikan.....	48
- Pelatihan.....	51
- Pengalaman.....	53

- Kejujuran.....	55
b. Modal Struktural	57
- Struktur Internal.....	58
- Dukungan Langsung (fisik)	58
- Dukungan Langsung (nonfisik)	61
- Dukungan Tak Langsung (fisik).....	63
- Dukungan Tak Langsung (nonfisik)	65
- Struktur Eksternal	68
- Citra Perusahaan.....	68
B. Jalur Penciptaan Nilai	70
- Visi.....	70
- Strategi.....	72
- Kepemimpinan.....	74
C. Manajemen Pengetahuan	76
- Akuisisi Pengetahuan.....	77
- Pengembangan.....	79
- Penyimpanan.....	81
- Transfer Pengetahuan.....	83
Modal Intelektual (X_1)	85
Jalur Penciptaan Nilai (X_2)	87
Manajemen Pengetahuan (X_3)	90
Keunggulan/ Daya saing	93
Uji Partial (uji t)	94
- Pengaruh Modal Intelektual (X_1) Terhadap Keunggulan/ Daya saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan (Y).....	94
- Pengaruh Jalur Penciptaan Nilai (X_2) Terhadap Keunggulan/ Daya saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan (Y).....	95
- Pengaruh Manajemen Pengetahuan (X_3) Terhadap Keunggulan/ Daya saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan (Y).....	96

- Pengaruh Variabel Bebas Secara Simultan Terhadap Keunggulan/ Daya saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan.....	97
KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
- Kesimpulan.....	99
- Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

No	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Luas Wilayah Dan Persentase Terhadap Luas Wilayah Menurut Kecamatan Makassar	42
2.	Jumlah Perusahaan Pemasar Produk Peternakan Tenaga Kerja Kecamatan Kota Makassar	45
3.	Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang, Tenaga Kerja Kecamatan Kota Makassar	47
4.	Pendidikan.....	49
5.	Pelatihan.....	51
6.	Pengalaman.....	53
7.	Kejujuran.....	55
8.	Dukungan Langsung (fisik).....	58
9.	Dukungan Langsung (nonfisik).....	60
10.	Dukungan Tak Langsung (fisik).....	63
11.	Dukungan Tak Langsung (nonfisik).....	65
12.	Citra Perusahaan.....	68
13.	Visi Perusahaan	70
14.	Strategi Perusahaan.....	72
15.	Kepemimpinan.....	74
16.	Akuisisi Pengetahuan.....	77
17.	Pengembangan Pengetahuan.....	79
18.	Penyimpanan Pengetahuan.....	81

19. Transfer Pengetahuan.....	83
20. Modal Intelektual (X_1).....	85
21. Jalur Penciptaan Nilai (X_2).....	88
22. Manajemen Pengetahuan (X_3).....	90

DAFTAR GAMBAR

No	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Kerangka Konseptual/ Pikir Pengaruh Faktor Modal Intelektual Jalur Penciptaan Nilai, dan Manajemen Pengetahuan Terhadap Keunggulan/ Daya saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan Di Makassar.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks	Halaman
1.	Daftar Kelompok Usaha Pengolahan Hasil Peternakan.....	102
2.	Hasil Tabulasi Modal Intelektual (X_1).....	103
3.	Hasil Tabulasi Jalur Penciptaan Nilai (X_2).....	104
4.	Hasil Tabulasi Manajemen Pengetahuan (X_3).....	105
5.	Hasil Tabulasi Keunggulan/ Daya Saing (Y).....	106
6.	Hasil Tabulasi Keunggulan/ Daya Saing (Y), Modal Intelektual (X_1) Jalur Penciptaan Nilai (X_2), Dan Manajemen Pengetahuan (X_3).....	107
7.	Regresion Linear Berganda.....	108

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dimasa lalu kekayaan dan daya saing perusahaan senantiasa dilakukan dengan kepemilikan sumber daya yang bersifat fisik, sumber daya fisik tersebut tercermin didalam berbagai faktor produksi seperti tenaga kerja, uang, bangunan dan tanah. Sedangkan kebutuhan terhadap pengetahuan kurang mendapat perhatian bahkan akses untuk memperluas pengetahuan sebagai sumber daya utama menggerakkan perusahaan dikontrol oleh alat atau faktor produksi itu sendiri. Dengan kata lain, kebutuhan pengelolaan hanya sebatas aktivitas yang terkait dengan faktor produksi itu sendiri. Kondisi tersebut merupakan pencerminan dari era revolusi industri yang berlangsung sejak kurang lebih satu setengah abad yang lalu.

Kesadaran akan pentingnya sumber daya perusahaan dikelola secara tepat/ baik, seiring dengan semakin meningkatnya intensitas persaingan diantara para pelaku bisnis. Dewasa ini dalam dunia bisnis telah terjadi perubahan pandangan mengenai sumber daya mana saja yang bersifat strategik bagi perusahaan. Perubahan tersebut yaitu didominasi sumber daya yang bersifat fisik kearah dominasi pengetahuan, tingkat persaingan yang terjadi diantara pelaku bisnis tersebut adalah sebagai dampak globalisasi yang difasilitasi oleh penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih.

Dalam era globalisasi dampak tersebut mampu mempengaruhi berbagai bidang peternakan khususnya mengenai manusianya. Dimana perusahaan-perusahaan peternakan dituntut harus menjaga citranya agar dapat unggul dan bersaing karena banyak perusahaan yang gagal karena tidak mampu belajar dalam mengadopsikan dirinya dengan perubahan lingkungan atau pasar, sehingga mengecewakan pelanggan dan ditolak oleh lingkungannya. Akibatnya perusahaan-perusahaan tersebut kemudian kehilangan pasar dan akhirnya bangkrut. Penelusuran yang dilakukan mengenai berbagai hasil pengertian dan kajian literatur menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu bertahan lama, karena perusahaan tersebut menjadikan pengetahuan sebagai "*modal*".

Adapun perusahaan yang benar-benar mampu bertahan dan terus berkembang, bukan karena ukuran dan keberuntungan, tetapi karena memang perusahaan-perusahaan tersebut mampu menunjukkan kapasitasnya untuk beradaptasi lebih cepat dengan tuntutan zaman. Perusahaan tersebut mampu secara terus menerus melakukan inovasi, dan mengambil tindakan yang tepat untuk menggerakkan perusahaannya kearah tujuan yang diinginkan sehingga kemampuan tersebut secara efektif menggunakan sumber daya pengetahuan atau "*intellectual Capital*".

Pemimpin perusahaan justru mendefenisikan modal intelektual sebagai suatu bentuk teknologi yang sangat kompleks. Dimana modal intelektual terdiri dari dua aspek, yaitu Modal Manusia (*human capital*), Modal Struktural (*structural capital*). tidak heran jika sekarang untuk SDM yang handal

digunakan terminologi (*human capital*) yang semakin senter kita dengar. Dimana SDM adalah faktor sentral dalam suatu organisasi, apapun bentuk serta tujuannya dibuat berdasarkan visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia. Jadi, manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan institusi/ organisasi.

Sehingga dalam Pengelolaannya, modal intelektual tidak terlepas dari jalur penciptaan nilai (visi, strategi, dan kepemimpinan). Dalam menjalankan aktifitasnya, jalur penciptaan nilai akan memberikan arah kepada seluruh aktivitas perusahaan. Tujuan keberadaan perusahaan tergambar melalui visi perusahaan dan strategi yang digunakan, serta bagaimana memotivasi dan mengkoordinasi setiap orang dalam perusahaan agar visi serta strategi perusahaan dapat tercapai. Begitu juga dengan manajemen pengetahuan menduduki posisi yang sangat strategis, Manajemen pengetahuan terkait dengan aktivitas memfasilitasi pengelolaan pengetahuan, antara lain melalui aktivitas kreasi pengetahuan, menangkap pengetahuan, perubahan serta penggunaan pengetahuan. Fungsinya lebih diarahkan kepada perencanaan, implementasi, dan pengawasan terhadap seluruh aktivitas ataupun program yang berhubungan dengan pengelolaan modal intelektual. Dengan demikian manajemen pengetahuan menjadi sarana yang memediasi pencapaian tujuan yang bersifat stratejik dari modal intelektual

Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini difokuskan pada perusahaan pemasar produk peternakan yang ada di makassar, dimana perusahaan pemasar tersebut secara umum belum memperhatikan pola pengelolaan sumber daya perusahaan secara maksimal (modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan). Dalam mencapai tujuan berdasarkan hal ini, maka dilakukan penelitian tentang " beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keunggulan/ (daya saing) perusahaan pemasar produk peternakan di makassar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah Faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan manajemen pengetahuan baik secara simultan maupun parsial berpengaruh nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di makassar
- b. Seberapa besar kontribusi pengaruh faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan manajemen pengetahuan berpengaruh nyata terhadap pengaruh keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di makassar
- c. Dari faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap

keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di makassar.

Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini untuk (1) mengetahui pengaruh modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan baik secara parsial maupun simultan terhadap keunggulan/ (daya saing) perusahaan pemasar produk peternakan makassar ; (2) mengetahui besarnya kontribusi pengaruh modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan terhadap keunggulan/ (daya saing) perusahaan pemasar produk peternakan makassar ; (3) mengetahui dari modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan yang paling berpengaruh terhadap keunggulan/ (daya saing) perusahaan pemasar produk peternakan makassar

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini sangat bermanfaat dan berguna, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu :

a. Kegunaan teoritis

Sebagai sumbangan penting dalam memperluas wawasan bagi kajian ilmu manajemen dalam mengelola manajemen rujukan pengembangan penelitian sumber daya manusia yang akan datang.

Memberikan sumbangan penting dalam memperluas kajian yang menyangkut pengelolaan modal intelektual dalam perusahaan

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi para pelaku bisnis pemasar produk peternakan untuk lebih memperdayakan kemampuan yang dimiliki oleh para karyawannya.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam memasuki era globalisasi yang mana perusahaan dituntut memiliki keunggulan koomperatif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Modal Intelektual

Pandangan mengenai pentingnya peranan sumber daya untuk menciptakan daya saing perusahaan sebenarnya telah lama disinggung oleh seorang ahli manajemen, jauh sebelum para ahli lain menyadari betapa pentingnya posisi sumber daya tersebut dalam perusahaan. Ahli manajemen tersebut adalah Edith T. Penrose (2006) dalam Sangkala yang menyatakan bahwa keuntungan yang dicapai oleh perusahaan sebenarnya terkait dengan sumber daya yang dimilikinya, namun para ahli ekonomi pada saat itu tidak merasa yakin.

Beberapa hasil penelitian tersebut kemudian menyimpulkan, bahwa sebenarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan, dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitian saat itu mampu menunjukkan bahwa, perusahaan yang menggunakan sumber daya heterogen memiliki tingkatan ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain, sehingga pandangan ini kemudian banyak diadopsi oleh para ahli manajemen (Arora & Gambrella, 1997 : 53-74) dalam Sangkala (2006).

Munculnya pandangan mengenai pengetahuan sebagai sumber daya perusahaan yang sangat strategik didasarkan oleh kenyataan bahwa pengetahuan dapat memenuhi kriteria sebagai sumber daya yang dapat digunakan untuk mengembangkan daya saing perusahaan.

1. Komponen-Komponen Modal Intelektual

Pemahaman terhadap komponen-komponen modal intelektual dalam kaitannya dengan strategi pengelolaan modal intelektual menjadi sangat penting mengingat komponen-komponen tersebut merupakan asset utama yang akan menjadi dasar bagi perusahaan membangun daya saing. Pemahaman dan penentuan-penentuan komponen apa saja dari modal intelektual yang dapat dikelola sehingga menggiring perusahaan mampu menciptakan nilai yang pada akhirnya bermuara kepada penciptaan daya saing yang sangat penting. Pemahaman akan dapat dicapai apabila kita dapat memaknai hakekat modal intelektual itu sendiri.

Untuk dapat memahami dengan baik makna sebenarnya modal intelektual melakukan penelusuran berbagai pandangan para ahli. Dari berbagai literatur yang ada, para ahli memberikan pengertian tentang modal intelektual berbeda-beda, namun pada hakekatnya makna yang dikandung pada dasarnya sama. Menurut Schuller (1997), menyatakan bahwa satu-satunya cara untuk dapat berkompetisi ialah dengan menggunakan manusia, sehingga pengetahuan dan keterampilan dari pada para karyawan merupakan hal yang membuahkan hasil yang mengagumkan. Sedangkan

Sullivan (2000) dalam Sangkala (2006) menyatakan bahwa modal intelektual adalah pengetahuan yang dapat diubah kedalam profit. Modal intelektual tidak hanya menyangkut pengetahuan dan keterampilan dari pada para karyawan, tetapi juga termasuk instruktur perusahaan, hubungan dengan pelanggan, dan hal lain yang terkait dengan proses untuk mengungkit asset perusahaan. Pengertian tersebut diatas mengisyaratkan bahwa modal intelektual terdiri dari dua aspek yaitu modal manusia (*human capital*) dan modal struktural (*structural capital*).

Di dalam studi ini modal intelektual didefinisikan sebagai asset perusahaan yang berbasis pengetahuan, yang dapat diolah untuk menciptakan nilai bagi perusahaan. Asset berbasis pengetahuan tersebut berada didalam diri anggota perusahaan yang disebut dengan modal manusia (*human capital*), dan didalam organisasi yang disebut dengan modal struktur (*structurak capital*).

a. Modal manusia (*Human Capital*)

Modal manusia (*human capital*) merupakan faktor sentral dalam suatu organisasi. Apapun bentuk serta tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia. Jadi, manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan institusi/organisasi. (Tarumingkeng, 2000)

Modal manusia (*human capital*) merupakan unsur yang sangat penting dari modal intelektual, karena dapat menciptakan kemampuan bagi perusahaan. Modal manusia menurut Azua dalam Sangkala merupakan refleksi dari pendidikan, pengalaman, pengetahuan, intuisi, dan keahlian. Berbagai ahli mendefinisikan modal manusia sebagai modal pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan perusahaan melalui proses pendidikan dan pelatihan. Sementara Edvinson dan Malone (1997) dalam Sangkala (2006) mendefinisikan modal manusia sebagai kombinasi pengetahuan, keterampilan, inovasi, dan kemampuan anggota perusahaan untuk melaksanakan tugas-tugasnya. Modal manusia menunjuk kepada nilai pengetahuan, keterampilan dan pengalaman yang dimiliki oleh anggota perusahaan.

Modal manusia menjadi faktor kunci kesuksesan bagi sebuah perusahaan karena menyediakan kemampuan bersaing terhadap perusahaan dimasa depan.

Modal manusia merupakan darah kehidupan bagi modal intelektual, ia juga sebagai potensi inovasi perusahaan, ia juga merupakan kekuatan dibalik modal intelektual dan inovasi perusahaan serta sumber inovasi dan perbaikan. Didalamnya berisi kompetensi, keterampilan, dan pengetahuan. Ia terkait dengan nilai dari pengetahuan pribadi dan komitmen yang penting terhadap tujuan perusahaan. Sementara hari ini memandang komponen modal manusia terdiri dari

kompetensi, keterampilan, bakat, pikiran, ide-ide intuisi, motivasi, komitmen, dan imajinasi.

Beberapa ahli menyatakan bahwa, peran modal manusia dalam modal intelektual sangat penting, karena proses penciptaan pelanggan (*customer capital*) berada pada komponen modal manusia (*human capital*) dan kemudian di bantu dengan modal struktur (*structural capital*) modal manusia lah yang berinteraksi dengan para pelanggan yang mengetahui apa pengetahuan, keterampilan dan nilai yang diharapkan oleh pelanggan. Sementara modal struktural berfungsi menyediakan pengetahuan yang telah tersimpan untuk mendukung penciptaan nilai bagi konsumen, ia mempermudah para anggota perusahaan bekerja sama dengan para pelanggan.

Modal manusia merupakan akumulasi dari kemampuan individu untuk menyediakan solusi bagi pelanggan. Perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan; nilai tercipta ketika para anggota perusahaan (*human capital*) berinteraksi dengan pelanggan. Kualitas hubungan dengan modal manusia dan pelanggannya menentukan tingkat pengaruhnya terhadap modal pelanggannya (*customer capital-nya*) sedangkan modal struktural menunjuk kepada kemampuan perusahaan untuk mempertemukan permintaan pasar. Modal pelanggan (*customer capital*) merupakan perluasan dan intensitas hubungan perusahaan (*structural capital*) dengan pelanggan. Pandangan ini juga dipakai oleh

Guthroe (1996) dalam sangkala (2006), bahwa modal manusia tidak hanya terdiri dari sumber daya manusia dalam perusahaan (misalnya sumber daya staff), tetapi juga sumber daya ekstern perusahaan yaitu pelanggan dan pemasok.

b. Modal Struktural (Structural Capital)

Modal Struktural (Structural Capital) merupakan bentuk kekayaan yang nyata bagi perusahaan, selain berfungsi sebagai tempat dimana seluruh hasil aktivitas penciptaan nilai yang dihasilkan oleh modal manusia tersimpan, juga berfungsi sebagai infrastruktur atau penunjang bagi modal manusia untuk menjalankan asas penciptaan nilai bagi perusahaan. Karena fungsi modal struktural yang demikian itu sehingga dalam konteks pengelolaan modal intelektual menduduki posisi yang strategik.

Berbagai kalangan ilmuwan mengenai peran Modal Struktural antara lain dikemukakan oleh Marti. Menurut marti, peranan dari Modal Struktural sangat strategik karena memberikan kemungkinan bagi penciptaan kekayaan bagi perusahaan melalui transformasi dari hasil kerja modal manusia. Oleh karena itu, marti mendefinisikan Modal Struktural sebagai kemampuan perusahaan memanfaatkan intelektual dan inovasi manusia untuk menciptakan kekayaan. Selain Modal Struktural merupakan nilai dari prosedur, teknologi, rutinitas, dan sistem yang berada di dalam perusahaan. Modal Struktural juga merupakan

cara dimana komponen-komponen didalam perusahaan disistemisir. Diinternalisir, dan proses. Menurut Advinson Modal Struktural merupakan kerangka kerja dan perekat bagi perusahaan. Modal Struktural juga menggambarkan nilai dari sebuah perusahaan. Ini berarti bahwa nilai dari Modal intelektual perusahaan terdapat dalam Modal Struktural.

1) Struktur Internal

Modal Struktural dalam berbagai bentuknya umumnya dapat diklasifikasikan atas dua komponen, yaitu struktur internal (*structural capital*) dan struktur eksternal (*relational capital/ customer capital*). Nilai dari pada kedua bentuk Modal Struktural tersebut sangat tergantung kepada sejauh mana kemampuan perusahaan menggerakkan dan memanfaatkannya. Komponen pertama dari Modal Struktural adalah struktur internal (*internal structure*) dalam penjelasan lebih lanjut kedua istilah struktur internal dan istilah Modal Struktural memiliki makna yang sama. Berbagai ahli yang memberikan pandangan tentang Modal Struktural. Struktur internal/ modal organisasional diantaranya adalah Advinson dan Malone (1997) dalam Sangkala (2006), mendefenisikan Modal Struktural, yang diistilahkan dengan modal perusahaan, sebagai kemampuan perusahaan untuk membagi mengirimkan pengetahuan, dimana bentuknya bisa berupa

hardware, software database, struktur perusahaan, hak paten, trademark. Selanjutnya dikatakan bahwa komponen modal perusahaan pada dasarnya terdiri atas dua komponen utama yaitu modal proses (*process capital*) dan modal pembaharuan (*renewal and development capital*). Modal proses adalah proses, aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan penciptaan, berbagi, pengiriman, dan penyebaran pengetahuan untuk di sumbangkan dalam proses penciptaan aset intelektual. Sedangkan modal pembaharuan dan pengembangan merupakan kemampuan dan sekaligus merupakan investasi nyata dari perusahaan agar berkembang dimasa depan melalui penelitian dan pengembangan, kepemilikan paten, *trademark*.

Menurut Stewart (1997) dalam Sangkalan (2006) penyebaran transportasi pengetahuan atau pengungkitan pengetahuan (*knowledge leverage*). Memerlukan Modal Struktur (struktur internal), seperti sistem informasi, data base, laboratorium, intelegen pasar dan pesaing, saluran pemasaran fokus manajemen, dimana know-how para karyawan diubah menjadi property kelompok. Seperti juga modal manusia, Modal Struktur internal ada hanya dalam konteks dan sudut pandang strategi, maksud, dan tujuan perusahaan. Oleh karena itu sudut pandang Modal Struktur internal tidak dapat dilihat dari sudut fungsinya saja, tetapi juga harus dilihat

dalam konteks sebagai bagian dari modal intelektual yang turut berperan menciptakan aset intelektual. Walaupun tidak dapat dipungkiri, bahwa salah satu fungsi dari modal manusia menciptakan aset intelektual.

Modal struktural merupakan milik perusahaan secara keseluruhan. Adapun banyaknya kategori modal struktural yang dimiliki oleh perusahaan, teknologi, temuan-temuan, data, publikasi, dan proses yang telah dipatenkan, hak cipta yang telah dilindungi oleh undang-undang, rahasia daging, perusahaan memiliki hak untuk menjualnya, dan dapat menuntut siapa pun jika digunakan tanpa meminta persetujuan terlebih dahulu.

Selanjutnya Stewart (1999) dalam Sangkala (2006), menyatakan bahwa pengelolaan modal intelektual sangat penting, karena pengelolaan modal intelektual berfungsi mempercepat atau sebagai jalur penyebaran pengetahuan (*sharing knowledge*), menumbuhkan pengetahuan, memperpendek jarak waktu, membuat orang lebih produktif. Kunci untuk mengelola struktur pengetahuan perusahaan adalah dengan memandang bahwa struktural merupakan modal utama dan terpenting.

Sullivan (2000) dalam Sangkala (2006) berpendapat bahwa peranan modal struktural dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung. Kedua dukungan tersebut biasa berbentuk elemen-elemen

berbentuk fisik dan non fisik. Dukungan langsung yang berbentuk fisik, misalnya computer, meja, dan telfon. Sedangkan dokumen langsung yang tidak berbentuk fisik, misalnya sistem informasi, piranti lunak computer, prosedur kerja, rencana pemasaran, metode teknis, *company Know-how*. Adapun dukungan tidak langsung yang peranannya tidak bersentuhan langsung dengan modal adalah elemen-elemen bangunan, lampu penerangan, hal-hal yang dengan kelistrikan, dan penyediaan air bersih. Sedangkan elemen-elemen yang tidak berbentuk fisik (*intangible*) dapat berbentuk rencana strategi, sistem pengkajian, pembiayaan, hubungan dengan pemasok.

Elemen lain dari modal struktural menurut Sullivan adalah adimistrasi dan metode yang bersifat teknis, proses dan prosedur, serta struktur perusahaan. Struktur perusahaan dapat menggambarkan bentuk hubungan-hubungan, tanggung jawab kewenangan atas tugas yang diberikan kepada modal manusia. Striktural internal juga memberikan metode, proses, dan prosedur untuk mengungkit dan mengkomersialisasikan aset intelektual kepasar, yang akan menambah nilai tambah bagi perusahaan. Penempatan Modal struktural sebagai bagian dari modal intelektual yang turut berberap dalam penciptaan aset itelektual salah satunya terdapat didalam modal struktur internal. Dalam kaitan tersebut definisi sturktur internal dalam studi ini dimaknai sebagai

kemampuan perusahaan dalam memberikan metodi, prosedur, sarana, dan tehnik dalam proses terciptanya aset intelektual. Struktur internal tercermin dalam bentuk dukungan struktur organisasi, struktur pembiayaan, hardware, software, database, jaringan computer.

2) Struktural eksternal

Komponen kedua dari modal struktural adalah struktur eksternal atau sering kali dibandingkan dengan istilah modal relasional (*relational capital*) atau modal pelanggan (*customer capital*).

Struktur eksternal merupakan komponen modal intelektual yang paling nyata terlihat nilainya, sehingga paling mudah diukur. Modal ini dapat diukur berdasarkan keuntungan yang diperoleh dari pelanggan. Oleh karena itu, Brinker mendefinisikan modal pelanggan sebagai hubungan dengan orang yang melakukan kegiatan bisnis dengan perusahaan. Hubungan tersebut dilakukan bukan hanya berarti kepada klien dan pelanggan, tetapi juga kepada pemasok sehingga hubungan ini seringkali disebut juga dengan modal rasional. Brinker dalam sangkala lebih jauh menyebutkan bahwa ada lima aspek dari modal pelanggan, yaitu : profil pelanggan, daya tahan/ loyalitas pelanggan, peran pelanggan, dukungan pelanggan dan sukses pelanggan.

Struktur eksternal dapat diartikan pula sebagai relasi-relasi dengan para pelanggan dan prospeknya. Saint-Onge (1998) dalam sangkala (2006), mendefinisikan modal struktur eksternal kedalaman (penetrasi), jangkauan (cakupan), dan profitabilitas dari perusahaan. Nilai dari modal struktur eksternal tercipta ketika perusahaan berintraksi dengan pelanggan, dan ketika pelanggan berintraksi dengan pelanggan kualitas intraksi tersebut dapat meningkatkan atau pun dapat mengurangi modal pelanggan perusahaan

B. Jalur Penciptaan Nilai

Dimasukkannya jalur penciptaan nilai (*value creation path*) Visi dan strategi, kepemimpinan dalam stratege pengelolaan modal intelektual karena dianggap ketiga komponen tersebut memiliki peran penting. Menurut Peppard dan Rylander (2001) dalam sangkala (2006), *value creation path* adalah gambaran pemahaman tim manajemen atau orang-orang dalam perusahaan mengenai bagaimana perusahaan menciptakan nilai (*value creation*) apa sumber daya yang mereka gunakan, bagaimana mereka menyebarkannya (ditransformasikan kedalam bentuk sumber daya yang lain), arti pentingnya sumber daya, dan bagaimana cara mentransformasi, serta bagaimana sumber daya tersebut di kaitkan dengan yang lain untuk menciptakan "*value*" bagi perusahaan.

Perusahaan didalam menjalankan aktivitasnya tidak terlepas dari konteks keberadaannya. Konteks tersebut akan memberikan arah kepada seluruh aktivitas perusahaan termasuk dalam penciptaan nilai bagi perusahaan. Konteks dari tujuan keberadaan perusahaan bisanya tergambar melalui visi perusahaan, dan bagaimana strategi yang digunakan agar visi tersebut dapat dicapai, serta bagaimana memotivasi dan mengkoordinasi setiap orang dalam perusahaan agar visi serta strategi perusahaan dalam penciptaan aset intelektual terimplementasi.

a. Visi Perusahaan

Perusahaan yang memiliki pandangan mengenai bagaimana dirinya dimasa depan dapat menjadi suatu simbol kekuatan dan menjadi pedoman bagi para pengambil keputusan setiap hari. Sebagian besar perusahaan telah melakukan pernyataan tentang visinya dan memahami dengan baik apa yang ingin dicapai dimasa depan. Namun ada juga beberapa perusahaan yang tiak terartikulasi dan tertulis dengan baik, tetapi secara tersirat memahami apa yang perusahaan ingin lihat atau yang ingin dicapai dimasa depan. Visi secara sederhana dapat diartikan sebagai apa yang dibayang perusahaan atau apa yang ingin dicapai perusahaan dimasa yang akan datang. Atas dasar pemikiran tersebut visi dalam tulisan ini dimaksudkan sebagai aspek jalur penciptaan nilai yang memediasi komponen modal intelektual dalam penciptaan aset

intelektual. Artinya efektifitas komponen modal intelektual dalam menciptakan aset intelektual memerlukan mediasi dari visi perusahaan.

b. Startegi Perusahaan

Strategi dimaksudkan sebagai suatu pola tujuan, kebijakan, program tindakan, keputusan, atau alokasi sumber daya yang menentukan apa yang perusahaan akan lakukan, dan mengapa perusahaan melakukan hal tersebut. Strategi dapat dipahami dalam berbagai tingkatan, fungsi dan kerangka waktu. Sekali sebuah visi diformulasi, maka perusahaan harus segera menyusun strateginya untuk mencapai visi tersebut.

Seluruh perusahaan senantiasa beroperasi didalam konteks visi jangka panjang dan strategi bisnis. Menurut Sullivan (2000) dalam Sangkala (2006), setelah visi ditetapkan, selanjutnya disusun pokok-pokok strateginya.

Untuk mencapai visi, dibutuhkan suatu strategi. Jika visi misinya adalah untuk menjadi pesaing yang terbaik, maka disusun suatu strategi yang menjadi pedoman bagaimana caranya agar dapat dicapai. Strategi menentukan bagaimana sumber daya perusahaan dapat dialokasikan sehingga pelanggan dapat dilayani dengan baik, meningkatkan kualitas dan biaya-biaya dikelola dengan baik. Singkatnya, strategi menentukan

apa saja yang ingin dilaksanakan supaya mencapai tingkatan keunggulan tertentu, dan rencana posisi perusahaan yang ingin dicapai.

Perusahaan perlu menentukan visi tentang penciptaan pengetahuan sehingga dapat mengembangkan suatu strategi pengembangan karyawan melalui latihan atau melalui strategi rotasi antar karyawan dari berbagai bidang. Suatu program pengembangan manajemen internal juga perlu dilakukan dalam berbagai aspek untuk mengiringi kondisi tersebut, misalnya manajemen proyek pengembangan keterampilan kepemimpinan, penanganan konflik, atau pengelolaan antara lain yang perlu juga dipersiapkan adalah adanya jaminan akan suatu atmosfer informal melalui suatu kebijakan pintu terbuka, yang mendorong setiap anggota perusahaan untuk aktif memberikan konstibusi atau memberikan saran.

Kedua adalah menentukan strategi *intent*. strategi *intent* ini menggambarkan posisi strategis yang perusahaan inginkan atau cita-citakan. Biasanya diekspresikan dalam terminology nilai yang dirasakan oleh para pelanggan dan biasa yang dikeluarkan. Tujuan dari langkah ini adalah untuk memastikan perusahaan mempunyai kejelasan arah yang ditempuh, dan telah dipahami oleh seluruh karyawan yang terlibat dalam proses penciptaan nilai. strategi *intent* merupakan energi emosional untuk mencapai apa yang menjadi serta dicita – citakan.

Ketiga, mengartikulasikan jalur penciptaan nilai dan mengvisualisasikan navigator (*outcome*), karena jalur penciptaan nilai merupakan gambaran pemahaman tim manajemen tentang bagaimana perusahaan menciptakan nilai, navigator adalah representasi nyata mengenai jalur penciptaan nilai. Ia menyediakan suatu gambaran menyeluruh mengenai proses jalur penciptaan nilai perusahaan. Keberhasilan ataupun pengalaman pimpinan atau karyawan merupakan sesuatu yang tidak terartikulasi. Hal tersebut merupakan model implisit didalam pikiran pimpinan mengenai bagaimana kesuksesan tersebut dicapai didalam perusahaan, yang disebut dengan mental model. Mental model ini mengarahkan tindakan dan keputusan mereka, khususnya ketika kepada situasi yang tertentu tidak ada proses analisis yang rasional, maka mereka akan bertindak berdasarkan pengalaman mereka masing-masing. Pimpinan atau karyawan mempunyai perbedaan pengalaman, pengetahuan dan kompetensi, konsekuensinya mereka akan bertindak mental model masing-masing. Salah satu tujuan utama sebenarnya dari pengelolaan modal intelektual adalah untuk menemukan model mental implisit tersebut, dan untuk tiba pada suatu model umum tentang bagaimana perusahaan harus bekerja untuk mencapai *strategi intent*. Dalam arti bahwa, sumber daya apa yang dibutuhkan untuk bertumbuh dan bagaimana sumber daya tersebut disebarkan.

c. Kepemimpinan

Berbagai penelitian lain menunjukkan bahwa persoalan kepemimpinan menjadi persoalan penting yang harus mendapat perhatian utama bagi setiap perusahaan, karena kesuksesan sebuah perusahaan tidak terlepas dari peranan pemimpin atau manajer didalam memerankan kepemimpinannya. Kesuksesan perusahaan sangat tergantung kedalam kepemimpinan yang ditunjukkan para pimpinan. Kepemimpinan dalam perspektif modal intelektual memiliki peran penting seperti dikemukakan oleh Heng (2001) dalam sangkala (2006) bahwa kepemimpinan memberikan fokus visi dan idiologinya, memberi motivasi dan mendorong kekeuatan kepada modal manusia untuk menerapkan pengetahuannya mengenai proses pengelolaan modal intelektual, dan berbagai macam pengelolaan yang berhubungan dengan modal intelektual.

Kepemimpinan sebagai perilaku manajer dan eksekutif yang menunjukkan arah membesarkan hati orang lain untuk melakukan tindakan yang diperlukan (Thoha, 2003). Definisi yang dikemukakan para ahli tersebut mempertegas bahwa kepemimpinan memiliki kedudukan sentral didalam perusahaan karena ia menjadi motivator bagi orang lain untuk melakukan tindakan yang mengarahkan kepada tujuan yang telah ditentukan.

Struktur perusahaan, menurut Stewart (1997) dalam sangkala (2006) kepemimpinan merupakan turut menentukan bentuk hubungan yang berlangsung dalam perusahaan, menentukan bagaimana modal manusia diberi ruang yang cukup untuk melakukan aktivitas penciptaan inovasi atau nilai perusahaan.

Secara umum dikatakan bahwa sifat dari kepemimpinan dapat dikelompokkan kedalam empat hal : pertama, sebagai pengarah. Pemimpin sebagai pengarah setidaknya mengetahui tiga hal yakni 1) memahami peristiwa yang terjadi diluar perusahaan ; 2) fokus kemasa depan ; 3) menerjemahkan visi kedalam tindakan.

Kedua, memobilisasi komitmen individu, seorang pemimpin mengubah dalam bentuk prestasi tertentu dengan melibatkan orang lain. Untuk itu, pemimpin harus mampu membangun hubungan kalaborasi kekuasaan dan kewenangan terhadap karyawan.

Ketiga, menimbulkan kemampuan perusahaan. Seorang pemimpin tidak hanya membangun komitmen karyawan, tetapi juga membangun kemampuan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan pemimpin yang mendemostrasikan minimal lima kemampuan yaitu dapat membangun infrastruktur perusahaan, mengungkit perbedaan, membentuk tim, mendisain sistem sumber daya manusia, dan membuat perubahan terlaksana. Keempat, mempertunjukkan karakter pribadi.

Dari berbagai penjelasan yang telah dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa peran kepemimpinan dalam penciptaan aset intelektual adalah sebagai pemediasi bagi komponen modal intelektual. Dengan demikian kepemimpinan yang dimaksudkan dalam penulisan ini adalah komponen dari jalur penciptaan nilai yang memediasi komponen modal intelektual dalam penciptaan aset intelektual dengan cara memberi motivasi dengan mengkoordinir aktivitas karyawan.

C. Manajemen Pengetahuan

Dalam kaitan dengan model intelektual, manajemen pengetahuan juga menduduki posisi yang sangat strategis. Kaitan antara modal intelektual dengan modal manajemen pengetahuan dengan tegas dinyatakan oleh wiig (1997) dalam sangkala (2006) bahwa modal intelektual pada dasarnya hanyalah modal pengetahuan, yang apabila diinginkan dapat memberikan nilai bagi perusahaan, maka perlu dikelola. Manajemen pengetahuan terkait dengan aktivitas memfasilitasi pengelolaan pengetahuan, antara lain melalui aktivitas kreasi pengetahuan, menangkap pengetahuan, perubahan serta penggunaan pengetahuan. fungsinya lebih diarahkan kepada perencanaan, implementasi, dan pengawasan terhadap seluruh aktivitas ataupun program yang berhubungan dengan pengelolaan modal intelektual. Dengan demikian manajemen pengetahuan menjadi sarana yang memediasi pencapaian tujuan yang bersifat stratejik dari modal intelektual.

Berbagai pendapat mengenai langkah strategik melakukan manajemen pengetahuan, diambil beberapa aktivitas atau langkah yang dianggap paling penting dalam aktivitas manajemen pengetahuan. adapun aktivitas utama tersebut adalah ekuisisi pengetahuan, pengembangan (kreasi) pengetahuan, penyimpanan dan mendapatkan kembali pengetahuan, transfer dan penggunaan pengetahuan.

Akuisisi pengetahuan merupakan proses dimana pengumpulan dan penambahan pengetahuan. Akuisisi pengetahuan dapat diperoleh dari berbagai sumber baik dari luar ataupun dari dalam perusahaan itu sendiri. selain mengakuisisi pengetahuan dari luar perusahaan, akuisisi pengetahuan, dapat pula dilakukan dari dalam perusahaan. Berbagai hal yang dapat dilakukan misalnya pengetahuan yang ada dalam perusahaan dipelajari oleh karyawan, belajar dari berbagai pengalaman, dan mengimplementasikan proses perubahan yang berkesinambungan.

Aktivitas transfer pengetahuan merupakan proses dimana informasi berpindah dan terbagi keseluruhan perusahaan melalui individu, kelompok, dan antar berbagai fungsi dalam perusahaan. Transfer pengetahuan merupakan dimensi yang bersifat taktik untuk mengubah pengetahuan yang diperlukan ke bentuk pengetahuan untuk menyelesaikan pekerjaan. Sasarannya bukan untuk menyerap apa yang diketahui oleh setiap individu didalam perusahaan kemudian setiap individu memiliki pengetahuan yang

sama, tetapi bagaimana mengkombinasikan berbagai tingkatan pengetahuan dan keahlian sehingga memiliki kemampuan baru.

Pengembangan pengetahuan pada dasarnya pengembangan muatan baru dari pengetahuan yang telah ada, atau menggantikan muatan pengetahuan yang telah ada. Menurut Nonaka dan Takeuchi dalam Sangkala (2006), kreasi perusahaan memperkuat pengetahuan yang diciptakan oleh individu dan mengkristalkan pengetahuan disebut sebagai bagian dari jaringan pengetahuan dari perusahaan.

Penyimpanan dan perolehan kembali pengetahuan dapat dilakukan perusahaan dengan cara menentukan apa yang penting untuk disimpan, dan kemudian bagaimana cara terbaik untuk meyeimpan pengetahuan tersebut. Penyimpanan pengetahuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti teknis perekaman, data base, dll. Dapat pula dilakukan dengan apa yang dilakukan karyawan, misalnya mengandalkan memori individual ataupun kelompok. Oleh karena itu menurut Marquardt dalam Sangkala (2006), penyimpanan pengetahuan harus : (1) struktur dan sistem penyimpanannya cepat dan tepat dalam menemukan pengetahuan yang diinginkan; (2) dikelompokkan didalam berbagai kategori seperti fakt-fakta, kebijakan- kebijakan, dll.;(3) terorganisasi, sehingga pengetahuan yang diberikan jelas dan ringkas bagi para pengguna; (4) akurat, tepat waktu dan tersedia bagi siapa saja yang membutuhkan.

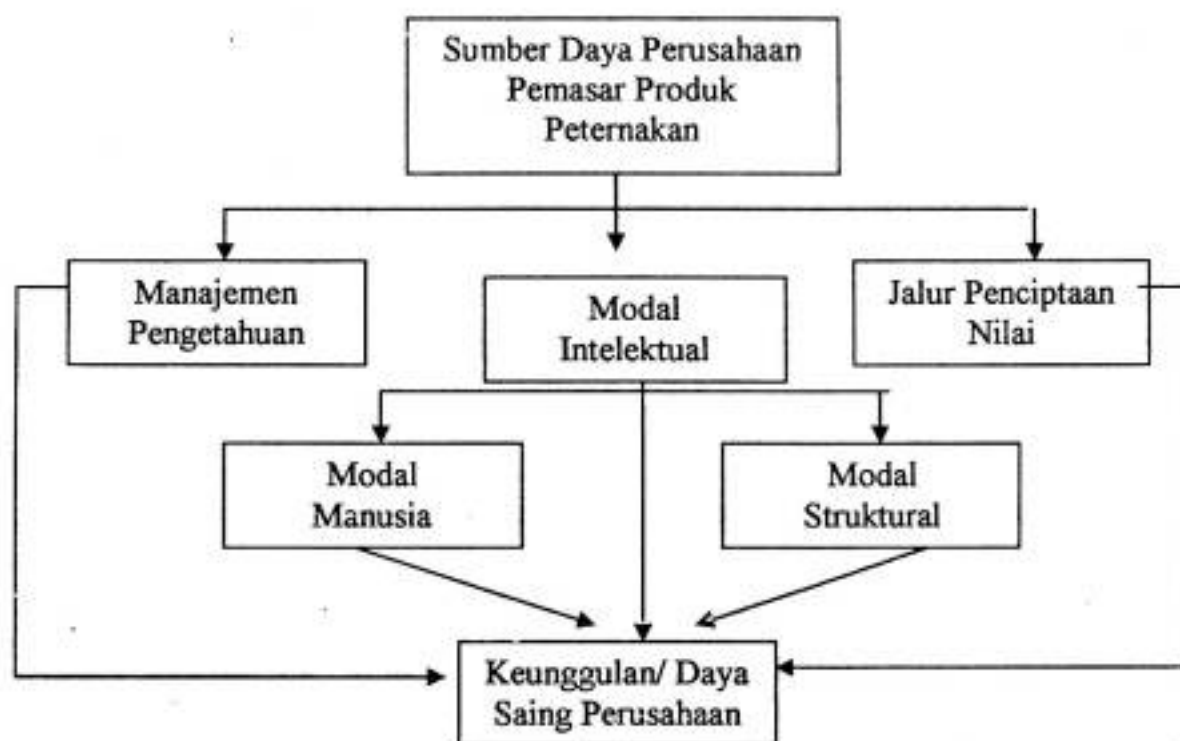
Proses transfer pengetahuan dapat berlangsung dalam berbagai cara antara : (1) seorang individu berkomunikasi melalui tulisan misalnya memberikan memo, laporan, surat, bulletin ; (2) training, baik dengan memakai konsultan internal maupun eksternal, kursus formal, on-the job training; (3) seminar internal : (4) briefing; (5) publikasi internal (dalam bentuk video, cetak, atau audio) ; (6) tour, terutama yang dilaksanakan dari berbagai devisi dalam perusahaan dengan berbagai jabatan ; (7) rotasi jabatan ; (8) menasehati.

Berangkat dari berbagai pendapat para ahli tentang pengertian peranan manajemen pengetahuan dapat disimpulkan bahwa, manajemen pengetahuan merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan bila komponen modal intelektual diarahkan menciptakan nilai bagi perusahaan. Peranan tersebut terlihat melalui aktivitas memberi ruang lingkungan kepada komponen-komponen intelektual sehingga proses penciptaan pengetahuan, penyebaran, dan penerapannya dapat berlangsung dengan efektif.

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Gambar3.1. Kerangka Konseptual/ Pikir Pengaruh Faktor Modal Intelektual, Jalur Penciptaan Nilai, dan Manajemen Pengetahuan terhadap Keunggulan/ Daya Saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan di Makassar.



A. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran penelitian sebagai tersebut di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. H_0 : Faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan secara simultan maupun parsial tidak berpengaruh nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan Pemasar Produk Peternakan Makassar.
 H_a : Faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan manajemen pengetahuan baik secara simultan maupun parsial berpengaruh nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan Pemasar Produk Peternakan Makassar.
2. Kontribusi pengaruh faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan cukup besar terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan Pemasar Produk Peternakan Makassar.
3. Faktor yang paling dominant berpengaruh terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di Makassar adalah faktor modal intelektual yang disusul jalur penciptaan nilai dan yang terakhir manajemen pengetahuan.

D. Jenis Dan Sumber Data

Adapun jenis data yaitu :

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kualitatif yang meliputi modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan, yang ketiganya ini merupakan variabel independen (bebas). Sedang untuk data keunggulan/ daya saing merupakan variabel dependen (terikat). Data yang sifatnya kualitatif untuk mengkuantitatifkan bisa melalui dua cara, cara pertama dimasukkan kedalam variabel dummy, dan cara kedua dengan membuat kategori berdasarkan skala likert, dengan membuat pembobotan (sangat baik diberi nilai 5, baik diberi nilai 4, sedang diberi nilai 3, kurang baik diberi nilai 2 dan sangat kurang baik diberi nilai 1).

Adapun sumber data yaitu :

1. Data primer yaitu data mentah yang diperoleh langsung pada pihak perusahaan menyangkut tentang modal intelektual, jalur penciptaan nilai,, manajemen pengetahuan dan keunggulan/ daya saing
2. Data sekunder yaitu data pendukung yang ada kaitannya dengan penelitian. bisa saja menyangkut sejarah singkat masing-masing perusahaan

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi :

1. Observasi, yakni mengamati langsung terhadap aktivitas keseharian pimpinan/ karyawan perusahaan pemasar produk peternakan, yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Kuisioner, yakni pengumpulan data melalui pertanyaan tertutup yang disiapkan untuk pimpinan/ karyawan perusahaan pemasar produk peternakan.

F. Analisa Data

Adapun analisis data dalam penelitian ini dimulai dari pengumpulan data, editing/ pengelompokkan, pengolahan, penyajian data dan interplementasi data. Sedang alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic inference/ induksi yaitu regresi linear berganda

Dengan persamaan :

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

Dimana :

Y	=	Keunggulan/ Daya saing (skoring)
b_1, b_2, b_3	=	Koefisien regresi parsial untuk X_1, X_2, X_3
X_1	=	Modal Intelektual (skoring)
X_2	=	Jalur penciptaan nilai (skoring)
X_3	=	Manajemen Pengetahuan (skoring)
E	=	Kesalahan Pengganggu

BAB IV

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan-perusahaan pemasar produk peternakan yang berdomisili di Makassar. Waktu penelitian direncanakan selama kurang lebih dua bulan, yaitu bulan Juni sampai September 2008.

B. Jenis Penelitian

Kuantitatif eksplanasi dimana penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan manajemen pengetahuan, terhadap keunggulan/ daya saing, dalam artian kata pada jenis penelitian saya ini melakukan pengujian hipotesis.

C. Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pemasar produk peternakan yang ada di Makassar yang berjumlah 37 perusahaan yang telah terdaftar di Dinas Peternakan yang memiliki izin usaha.

Sampel dalam penelitian adalah sampel jenuh dimana semua populasi dijadikan sebagai sampel.

Uji Data

- ❖ Uji R, digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan variabel modal intelektual (X_1), jalur penciptaan nilai (X_2), dan manajemen Pengetahuan (X_3) secara simultan terhadap keunggulan / daya saing perusahaan pemasar produk peternakan (Y)
- ❖ Uji t, digunakan untuk mengetahui pengaruh modal intelektual (X_1), jalur penciptaan nilai (X_2), dan manajemen Pengetahuan (X_3) secara parsial terhadap keunggulan / daya saing perusahaan pemasar produk peternakan (Y)
- ❖ Uji F, digunakan untuk mengetahui pengaruh modal intelektual (X_1), jalur penciptaan nilai (X_2), dan manajemen Pengetahuan (X_3) secara simultan terhadap keunggulan / daya saing perusahaan pemasar produk peternakan (Y)
- ❖ Untuk mengetahui besarnya prosentase pengaruh modal intelektual (X_1), jalur penciptaan nilai (X_2), dan manajemen Pengetahuan (X_3) secara simultan terhadap keunggulan / daya saing perusahaan pemasar produk peternakan (Y) digunakan koefisien determinasi regresi linear berganda (R^2)
- ❖ Untuk memudahkan dalam pengolahan dan analisis data maka pada penelitian ini digunakan bantuan komputer dengan program SPSS for Windows versi 13.00 dengan dasar keputusan sebagai berikut :

- ❖ Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka faktor modal intelektual (X_1), jalur penciptaan nilai (X_2), manajemen pengetahuan (X_3) secara parsial berpengaruh nyata (signifikan) terhadap keunggulan / daya saing perusahaan pemasar produk peternakan (Y)
- ❖ Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka faktor modal intelektual (X_1), jalur penciptaan nilai (X_2), manajemen pengetahuan (X_3) secara simultan berpengaruh nyata (signifikan) terhadap keunggulan / daya saing perusahaan pemasar produk peternakan (Y)

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keunggulan daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di Makassar. Maka data yang berkaitan dengan variabel penelitian di beri skoring untuk setiap item dari indikator pertanyaannya. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Skor tertinggi setiap pertanyaan} &= \text{Bobot tertinggi} \times \text{jumlah responden} \\ &= 5 \times 37 \\ &= 185 \end{aligned}$$

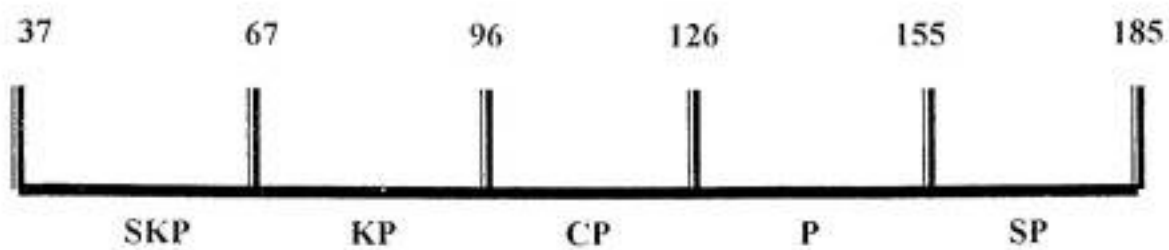
$$\begin{aligned} \text{Skor terendah setiap pertanyaan} &= \text{Bobot terendah} \times \text{jumlah responden} \\ &= 1 \times 37 \\ &= 37 \end{aligned}$$

$$\text{Rentang kelas} = \frac{\text{Angka tertinggi} - \text{Angka terendah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

$$\text{Rentang kelas} = \frac{185 - 37}{5} = 29,6$$

Dengan nilai tersebut dapat dibuat kategori sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Sangat Penting (ST)} &= 155 - 185 \\ \text{Penting (P)} &= 126 - 155 \\ \text{Cukup Penting} &= 96 - 126 \\ \text{Kurang Penting} &= 67 - 96 \\ \text{Sangat Kurang Penting} &= 37 - 67 \end{aligned}$$



G. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

➤ Variabel Independen (variabel bebas)

1. Modal Intelektual (X_1) adalah sumberdaya pengetahuan yang mempunyai potensi untuk menciptakan nilai bagi perusahaan atau dapat melakukan transformasi bagi suatu tujuan. Subvariabel modal intelektual yaitu modal manusia dan modal struktural.

Indikator yang diukur adalah :

- a. Modal Manusia yang meliputi pendidikan, pelatihan, pengalaman, dan kejujuran.
- b. Modal struktural yang meliputi Modal struktural Internal dan Extenal.

Struktural internal terbagi dua yaitu dukungan langsung dan tidak langsung yang berisifat Fisik dan Non Fisik.

 - Dukungan langsung yang bersifat fisik yang diukur adalah Komputer, Meja, dan Telepon.
 - Dukungan langsung yang bersifat non fisik yang diukur adalah Sistem informasi, piranti lunak komputer, prosedur kerja, dan rencana pemasaran.
 - Dukungan Tidak langsung yang bersifat fisik yang diukur adalah Bangunan, Lampu, dan Penyediaan air.
 - Dukungan tidak Langsung yang bersifat non fisik yang diukur adalah Sistem penggajian, struktur pembiayaan, hubungan pemasok dan struktur organisasi.

Struktur Ekternal yang diukur adalah Citra Perusahaan

2. **Jalur Penciptaan Nilai (X_2)** adalah suatu komponen pengelolaan modal intelektual yang berperan memediasi komponen modal intelektual untuk menghasilkan keunggulan /daya saing indikator yang diukur adalah Visi Perusahaan, Strategi Perusahaan, Kepemimpinan

3. **Manajemen Pengetahuan (X_3)** adalah komponen pengelolaan modal intelektual yang berperan memediasi komponen modal manusia, modal struktural, dan jalur penciptaan nilai dalam penciptaan keunggulan / daya saing indikator yang diukur adalah Akuisisi Pengetahuan, Pengembangan pengetahuan, Pengembangan pengetahuan, Transfer informasi / pengetahuan

Variabel dependen (variabel terikat)

1. **Keunggulan / Daya saing Perusahaan (Y)** adalah kemampuan perusahaan untuk tetap eksis dalam menjalankan usahanya indikator yang diukur adalah keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan .

Tingkat pengukuran variabel – variabel adalah menggunakan skala Likert dengan pemberian skoring/ pembobotan mulai dari tertinggi nilai 5 dan terendah nilai 1.

**TABEL KISI-KISI PENELITIAN BEBERAPA FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEUNGGULAN/
 DAYA SAING PERUSAHAAN PEMASAR PRODUK PETERNAKAN DI MAKASSAR**

NO	Variabel	SubVariabel	Indikator pengukuran	Instrumen
1	Dependen Variabel (Y) Keunggulan/ Daya Saing Perusahaan		1. Kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan yang besar	Kuisioner (tertutup)
2	Independen Variabel	Modal Manusia	1. Pendidikan 2. Pelatihan 3. Pengalaman 4. Kejujuran	Kuisioner (tertutup)
	(X ₁) = Modal Intelektual	Modal Struktural	Struktur Internal Dukungan Langsung : Fisik 1. komputer 2. meja 3. telpon Non Fisik 1. Sistem Informasi 2. Peranti Lunak komputer 3. Prosedur kerja 4. Rencana Pemasaran	Kuisioner (tertutup)
			Dukungan Tak Langsung : Fisik 1. Bangunan 2. Lampu 3. Penyediaan Air	



			<p>Non Fisik</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem Penggajian 2. Struktur Pembiayaan 3. Hubungan Pemasok 4. Struktur Organisasi <p>Struktur Eksternal</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Citra Perusahaan 	<p>Kuisiener (tertutup)</p>
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Visi 2. Strategi 3. Kepemimpinan 	<p>Kuisiener (tertutup)</p>
		<p>(X₂) = Jalur Penciptaan Nilai</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akuisis Pengetahuan 2. Pengembangan 3. Penyimpanan 4. Transfer Informasi/ Pengetahuan 	<p>Kuisiener (tertutup)</p>
		<p>(X₃) = Manajemen Pengetahuan</p>		

BAB V

GAMBARAN UMUM LOKASI

A. Keadaan Geografi

Kota Makassar terletak antara 119° 24' 17" 38" bujur timur dan 5° 8' 6" 19" lintang selatan yang berbatasan sebelah utara dengan kabupaten maros, sebelah timur berbatasan kabupaten maros, sebelah selatan kabupaten gowa dan sebelah barat berbatasan dengan selat Makassar. Luas wilayah kota makassar tercatat 175,77 km persegi, secara administrasi pemerintah kota makassar terbagi menjadi 14 kecamatan 143 kelurahan.

Tabel 1. Luas Wilayah Dan Persentase Terhadap Luas Wilayah Menurut Kecamatan Makassar, 2006

No	Kecamatan	Luas	Persentase Luas Makassar
1	Mariso	1,82	1,04
2	Mamajang	2,25	1,28
3	Tamalate	20,21	12,07
4	Rappocini	9,23	5,25
5	Makassar	2,52	1,43
6	Ujung Pandang	2,63	1,50
7	Wajo	1,99	1,13
8	Bontoala	2,10	1,19
9	Ujung Tanah	5,94	3,38
10	Tallo	5,83	3,32
11	Panakukang	17,05	9,70
12	Manggala	24,14	13,73
13	Biringkanaya	48,22	27,43
14	Tamalanrea	31,84	18,11
	Makassar	175,77	100,00

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kota Makassar Tahun 2006

B. Penduduk

Penduduk kota Makassar tahun 2006 tercatat sebanyak 1.223.540 jiwa yang dari 611.049 laki-laki dan 612.419 perempuan. Sementara itu jumlah penduduk kota makassar tahun 2005 tercatat sebanyak 1.193.434 jiwa. Komposisi penduduk menurut jenis kelamin dapat ditunjukkan dengan rasio jenis kelamin penduduk kota makassar yaitu sekira 99,76 %, yang berarti setiap 100 penduduk wanita terdapat 99 penduduk laki-laki.

Penyebaran penduduk kota makassar dirinci menurut kecamatan menunjukkan bahwa penduduk masih terkonsentrasi diwilayah kecamatan tamalate. yaitu sebanyak 148.589 atau sekira 12,14 % dari total penduduk, disusul kecamatan Rappocini sebanyak 139.491 jiwa (11,40 %). Kecamatan Panakukang sebanyak 131.229 jiwa (10,73 %), dan yang terendah adalah kecamatan ujung pandang sebanyak 27.941 jiwa (2,28 %). Ditinjau dari kepadatan penduduk kecamatan makassar adalah terpadat yaitu 32.093 jiwa per km persegi, disusul kecamatan mariso 29.293 jiwa per km persegi, kecamatan bontoala 28.703 jiwa per km persegi. Sedangkan kecamatan biringkanaya merupakan kecamatan dengan kepadatan penduduk terendah yaitu sekitar 2.605 jiwa per km persegi, kemudian kecamatan tamalanrea 2.732 jiwa per km persegi, manggala 4.003 jiwa per km persegi, kecamatan ujung tanah 7.957 jiwa km persegi, kecamatan panakukang 10.071 jiwa per km persegi.

Wilayah-wilayah yang kepadatan penduduknya masih rendah tersebut masih memungkinkan untuk pengembangan daerah pemukiman terutama di 3 (tiga) kecamatan yaitu Biringkanaya, Tamalanrea, Manggala.

C. Tenaga Kerja

Pada tahun 2006 pencari kerja yang tercatat sebanyak 56.209 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 25.674 orang dan perempuan 30.535 orang. dari jumlah tersebut dapat dilihat bahwa pencari kerja menurut tingkat pendidikan terlihat bahwa tingkat pendidikan SMA yang menempati peringkat pertama yaitu sekira 49,49 % disusul tingkat pendidikan sarjana sekitar 35,31.

Selama periode 2003-2006 terlihat pencari kerja dikota makassar cenderung meningkat, dimana tahun 2003 pencari kerja tercatat sebanyak 33.561 orang, tahun 2004 sebanyak 42.430 orang dan tahun 2006 sebanyak 56.209 orang. sedang tahun 2005 mengalami penurunan yaitu 26.319 orang atau turun sekitar 4,24 %.

D. Perindustrian

Sektor industri dapat dibedakan atas industri besar, sedang, kecil dan rumah tangga. Data mengenai industri besar dan sedang tersedia setiap tahun yang dikumpulkan dengan cara sensus lengkap. Sedangkan data industri kecil dan rumah tangga tidak tersedia setiap tahun. Perusahaan industri dikota makassar tahun 2006 sebanyak 228 buah dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 19.283 orang. jumlah perusahaan ini mengalami perubahan dengan tahun sebelumnya dimana tercatat sebanyak 143 buah dengan tenaga kerja sebanyak 17.767

Tabel 2. Jumlah Perusahaan Industri Besar Dan Sedang, Tenaga Kerja Kecamatan Kota Makassar, 2006

No	Kecamatan	Perusahaan Pemasar Produk Peternakan	Perusahaan	Tenaga Kerja
1	Mariso	1	5	243
2	Mamajang	2	5	249
3	Tamalate	2	9	314
4	Rappocini	2	6	154
5	Makassar	6	11	457
6	Ujung Pandang	5	7	284
7	Wajo	3	8	393
8	Bontoala	3	3	114
9	Ujung Tanah	-	4	697
10	Tallo	-	23	1.327
11	Panakukang	4	20	1.010
12	Manggala	-	6	764
13	Biringkanaya	3	90	10.193
14	Tamalanrea	-	31	3.084
	Makassar	37	228	19.283

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kota Makassar Tahun 2006

Industri pengolahan dikelompokkan kedalam 4 golongan berdasarkan banyaknya pekerja yaitu :

1. Industri Besar adalah perusahaan yang mempunyai pekerja 100 orang atau lebih
2. Industri sedang adalah perusahaan yang mempunyai pekerja 20-99 orang
3. Industri kecil adalah perusahaan yang mempunyai pekerja 5-19 orang
4. Industri rumah tangga adalah usaha kerajinan rumah tangga yang mempunya pekerja antara 1-4 orang

Klasifikasi Industri pengolahan diantaranya :

1. Industri makanan, minuman dan tembakau
2. Industri tekstil, pakaian jadi dan kulit
3. Industri kayu dan barang-barang dari kayu termasuk perabot rumah tangga
4. Industri kertas, dan barang-barang dari kertas/ percetakan dan penerbitan
5. Industri kimia, dan barang dari bahan kimia, karet dan plastik
6. Industri barang galian bukan logam
7. Industri logam dasar
8. Industri barang dari logam, mesin
9. Industri pengolahan lainnya.

Tabel 3. Jumlah Perusahaan Industri Besar Dan Sedang, Tenaga Kerja Kecamatan Kota Makassar, 2006

No	Klasifikasi Industri	Perusahaan	Tenaga Kerja
	Makanan dan Minuman	103	
1	Pengolahan dan Pengawetan Daging, ikan, Buah sayur	33	
2	Industri Susu dan Makanan dari susu	1	
3	Industri Penggilingan Padi, Tepung dan Makanan Ternak	14	
4	Industri Makanan Lainnya	49	
5	Industri Minuman	6	
	Industri Tekstil	2	
	Industri Pakaian Jadi	9	
	Industri Kulit, Barang dari kulit & alas kaki	2	
	Industri Kayu	37	

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kota Makassar Tahun 2006

E. Perusahaan Pemasar Produk Peternakan

Perusahaan Peternakan yang dicakup adalah semua perusahaan peternakan ternak besar, dan kecil yang berbadan hukum usaha seperti PT, PN, CV, Firma, Koperasi dan Yayasan yang terdaftar di Dinas Peternakan Kota Makassar yang terdiri dari 39 perusahaan yang tersebar di 12 kecamatan.

Perusahaan pemasar produk peternakan yang berjumlah 37 perusahaan dengan jenis olahan terdiri dari Tempat pemotongan Unggas, Industri Bakso, Jeroan ex impor, Poultry shop, Penjual daging, Produksi DOC, Abon Sapi, dan Produksi Pakan Ternak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Variabel Penelitian

A. Modal Intelektual (X_1)

Modal Intelektual adalah sumber daya pengetahuan yang mempunyai potensi untuk menciptakan nilai bagi perusahaan. Dimana modal intelektual sangat berperan dan merupakan bagian yang substansial yang harus dimiliki dalam suatu perusahaan dalam hal menciptakan Keunggulan/ Daya saing perusahaan. Modal Intelektual terbagi atas dua bagian yaitu modal manusia dan modal struktural (Sangkala, 2006).

A.1 Modal Manusia

Modal Manusia merupakan kemampuan yang diperlukan perusahaan untuk menyediakan berbagai solusi bagi pelanggan, untuk melakukan inovasi-inovasi dan pembaharuan-pembaharuan yang terdiri dari pendidikan, Pelatihan, pengalaman dan kejujuran (Sangkala, 2006).

1. Pendidikan

Pendidikan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar. Dalam merekrut pegawai/ atau karyawan untuk masuk dalam perusahaan, tentu setiap perusahaan memiliki perbedaan dalam menentukan kriteria terutama tingkat pendidikan terakhir.

Tabel 4. Pendidikan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	3	8,1	15
2	Penting	4	-	-	-
3	Cukup Penting	3	32	86,4	96
4	Kurang Penting	2	2	5,4	4
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	-
Jumlah			37	100	115

Berdasarkan tabel 4 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai tingkat pendidikan dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 32 perusahaan dengan persentase 86,4 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 3 perusahaan dengan persentase 8,1 %, dan yang menilai kurang penting sebanyak 2 perusahaan (5,4 %), sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 115.

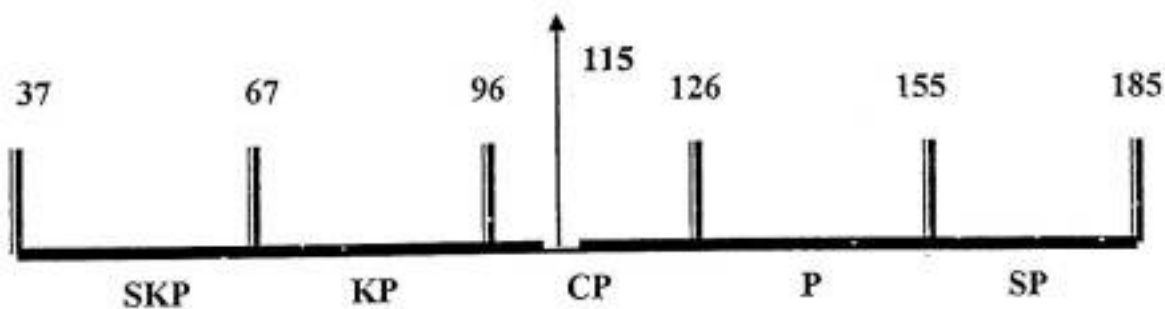


Diagram 1. Total Nilai Bobot Pendidikan Mengenai Pentingnya Pendidikan Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 1 dapat dilihat bahwa total nilai pada pendidikan adalah 115 dan berada pada interval total nilai bobot 96 sampai 126 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting.

Dari fakta yang ada dilapangan bahwa perusahaan besar seperti (Japfa Comfeed, Multi Breeder Adi Rama, dan Cargill Indonesia) yang rata-rata menerima karyawan pada tingkat pendidikan S_1 , sedangkan pada perusahaan kecil seperti poultry Shop, tempat pemotongan unggas, penjualan daging, jeroan ex impor, abon dan industri bakso yang rata-rata menerima karyawan hanya pada tingkat pendidikan Smu, Smp atau bahkan tidak melihat tingkat pendidikan terakhir yang penting karyawan tersebut dapat bekerja dan bertanggung jawab. Hal ini sesuai dengan pendapat Manullang (2001) bahwa pendidikan adalah jenjang ilmu pengetahuan yang dimiliki seseorang sesuai dengan tingkat pengetahuan individu untuk membekali dirinya dengan keterampilan-keterampilan dan pengetahuan dasar guna menghadapi lingkungannya.

2. Pelatihan

Pelatihan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan. Dengan memberikan pelatihan atau suatu pembekalan, tenaga kerja dapat lebih menguasai dan ahli di bidangnya masing-masing serta dapat meningkatkan kinerja yang ada.

Tabel 5. Pelatihan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	3	8,1	15
2	Penting	4	-	-	-
3	Cukup Penting	3	29	78,3	87
4	Kurang Penting	2	5	13,5	10
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	-
Jumlah			37	100	112

Berdasarkan tabel 5 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai pelatihan dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 29 perusahaan dengan persentase 78,3 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 3 perusahaan dengan persentase 8,1 %, dan ada sebanyak 5 perusahaan yang menilai pelatihan kurang penting (13,5 %), sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 112.

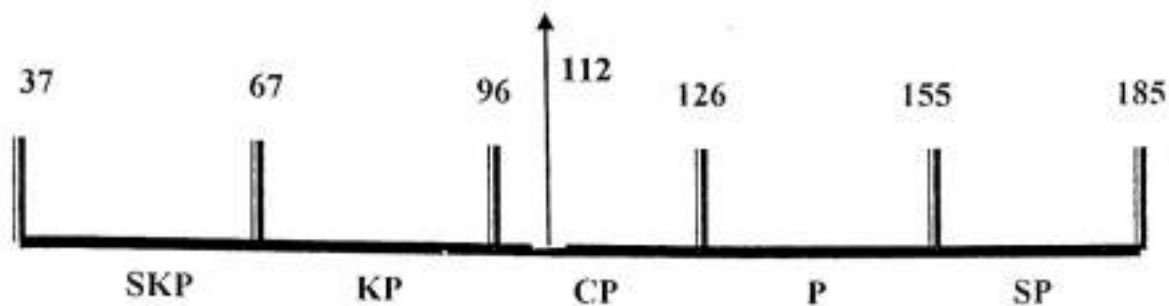


Diagram 2. Total Nilai Bobot Pelatihan Mengenai Pentingnya Pelatihan Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP) = 155 - 185

Penting (P) = 126 - 155

Cukup Penting (CP) = 96 - 126

Kurang Penting (KP) = 67 - 96

Sangat Kurang Penting (SKP) = 37 - 67

Pada diagram 2 dapat dilihat bahwa total nilai pada pelatihan adalah 112 dan berada pada interval total nilai bobot 96 sampai 126 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting.

Pada perusahaan pemasar produk peternakan rata-rata memberikan pelatihan terhadap para karyawannya, baik pelatihan yang diberikan langsung saat akan diterima menjadi karyawan pada perusahaan tersebut ataupun pelatihan tambahan setelah menjadi karyawan, dimana pelatihan tersebut dapat memberi tambahan ilmu dan keterampilan yang dimiliki oleh karyawan. Dengan adanya pelatihan proses pengembangan dan evaluasi karyawan menjadi sangat penting mulai dari karyawan pada tingkat rendah maupun yang tinggi harus menguasai pekerjaan yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Irwin (2001) bahwa

Pelatihan sebagai aktivitas penting untuk menjamin wiraniaga mereka memiliki pengetahuan dan keahlian yang dibutuhkan untuk meraih sukses, banyak perusahaan telah meningkatkan jumlah pelatihan agar mereka mampu mengimbangi dan meningkatnya ukuran dan kecanggihan pelanggan mereka, meningkatkan kompleksitas teknologi mereka, dan mempercepat peluncuran produk baru.

3. Pengalaman

Pengalaman memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di makassar. Tentunya dengan pengalaman yang telah didapatkan dan pekerjaan yang akan dilaksanakan sama dengan pengalaman kerja yang telah ada tentu beda dengan yang baru malakukan pekerjaan tersebut.

Tabel 6. Pengalaman

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	2	5,4	10
2	Penting	4	1	2,7	4
3	Cukup Penting	3	28	75,6	84
4	Kurang Penting	2	6	16,2	12
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	
Jumlah			37	100	110

Berdasarkan tabel 6 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai pengalaman dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 28 perusahaan dengan persentase 78,3 % dan yang

menilai sangat penting sebanyak 3 perusahaan dengan persentase 8,1 %, dan yang menilai kurang penting sebanyak 5 perusahaan (13,5 %), sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 110.

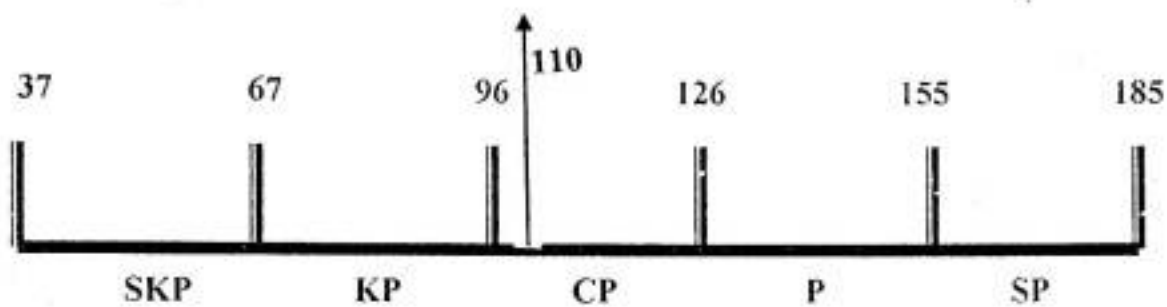


Diagram 3. Total Nilai Bobot Pengalaman Mengenai Pentingnya Pengalaman Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 3 dapat dilihat bahwa total nilai pada pengalaman adalah 110 dan berada pada interval total nilai bobot 96 sampai 126 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting.

Pada perusahaan pemasar produk peternakan keterampilan kerja sangat dibutuhkan sehingga seseorang yang mempunyai pengalaman dalam hal produk peternakan, tentunya akan lebih mudah dalam memahami pekerjaan yang ada dalam perusahaan peternakan tersebut. Sehingga pengalaman kerja merupakan hal yang cukup penting dan cukup berpengaruh terhadap hasil kerja seorang karyawan pada perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Sangkala (2006), bahwa karyawan yang sudah memiliki pengalaman tertentu dibidangnya akan mudah berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya dengan pekerjaan yang sama. Oleh karena itu, Pengalaman kerja yang dimiliki seseorang merupakan hal yang terpenting dalam suatu perusahaan.

4. Kejujuran

Kejujuran memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di makassar, dimana kejujuran dan tanggung jawab karyawan terhadap pekerjaan penting dalam suatu perusahaan.

Tabel 7. Kejujuran

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	3	8,1	15
2	Penting	4	-	-	-
3	Cukup Penting	3	29	78,3	87
4	Kurang Penting	2	5	13,5	10
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	-
Jumlah			37	100	112

Berdasarkan tabel 7 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai kejujuran dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 28 perusahaan dengan persentase 78,3 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 3 perusahaan dengan persentase 8,1 %, dan yang menilai kurang penting sebanyak 5 perusahaan (13,5 %), sehingga didapat total nilai bobot untuk kejujuran terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 112.

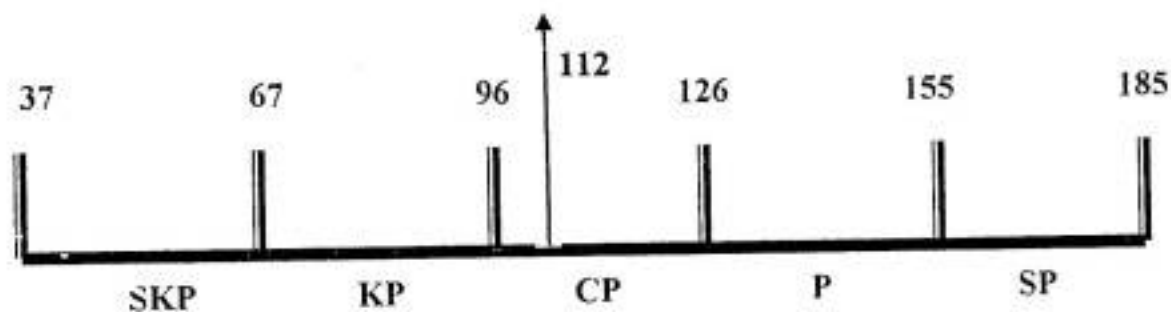


Diagram 4. Total Nilai Bobot Kejujuran Mengenai Pentingnya Kejujuran Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 4 dapat dilihat bahwa total nilai pada kejujuran adalah 112 dan berada pada interval total nilai bobot 96 sampai 126 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Pada perusahaan pemasar produk peternakan yang ada dimakassar menurut fakta dilapangan kejujuran karyawan sangat dibutuhkan, karena cukup banyak karyawan perusahaan pemasar produk yang dipecaat karena melakukan penyelewengan terhadap perusahaan, yang berdampak dapat merugikan perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2006) bahwa pemecatan merupakan terminologi umum yang meliputi pemisahan permanen seseorang dari organisasi karena berbagai alasan. Sebagian besar manajer menemukan bahwa pemecatan karyawan tidak mengesankan dan menghindarinya. Pemecatan karyawan perlu dalam menjawab lima macam persoalan : (1) Kinerja pekerjaan yang memprihatinkan karena ketidakmampuan, kelalaian;(2) pelanggaran peraturan perusahaan ;(3) kekerasan atau perkelahian; (4) pembangkangan terhadap perintah ; (5) perilaku pribadi yang tidak dibenarkan seperti pelecehan seksual dan ketidakjujuran.

A.2 Modal Struktural

Modal Struktural merupakan bentuk kekayaan yang nyata bagi perusahaan, selain berfungsi sebagai tempat dimana seluruh hasil aktivitas penciptaan nilai yang dihasilkan oleh modal manusia tersimpan juga berfungsi sebagai infrastruktur atau penunjang bagi modal manusia untuk menjalankan aktivitas penciptaan nilai bagi perusahaan. Modal Struktural meliputi Modal struktural Internal dan External dimana

Struktural internal terbagi dua yaitu dukungan langsung dan tidak langsung yang berisifat Fisik dan Non Fisik Sullivan dalam (Sangkala, 2006).

- **Dukungan Langsung (fisik)**

Peranan modal Struktural dapat berbentuk dukungan langsung maupun tidak langsung, kedua dukungan tersebut bisa berbentuk elemen-elemen berbentuk fisik dan nonfisik dukungan langsung yang berbentuk fisik, misalnya komputer, meja dan telepon.

Tabel 8. Dukungan Langsung (Fisik)

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	2	5,4	10
2	Penting	4	8	27,0	32
3	Cukup Penting	3	19	51,4	57
4	Kurang Penting	2	6	16,2	12
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	
Jumlah			37	100	111

Berdasarkan tabel 8 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai dukungan langsung (fisik) dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 19 perusahaan dengan persentase 51,4 % dan yang menilai penting sebanyak 8 perusahaan dengan persentase 27,0 %, dan yang menilai sangat penting sebanyak 2 perusahaan (5,4 %), sedangkan yang menilai kurang penting sebanyak 6 perusahaan dengan persentase (16,2) sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 111.

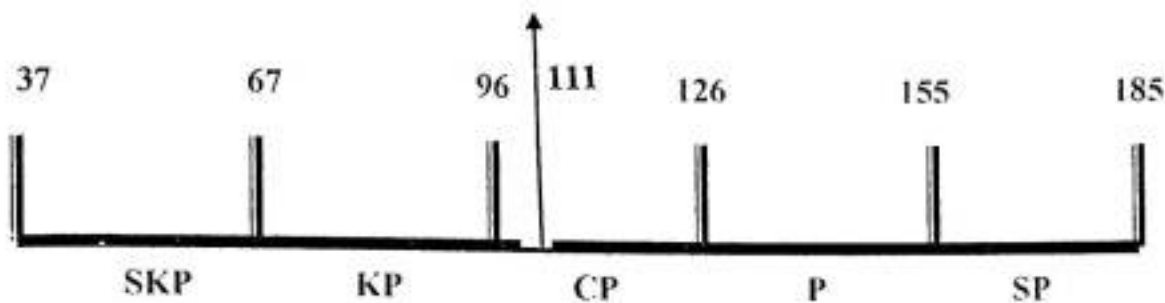


Diagram 5. Total Nilai Bobot Dukungan Langsung (fisik) Mengenai Pentingnya Dukungan Langsung (fisik) Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 5 dapat dilihat bahwa total nilai pada dukungan langsung (fisik) adalah 111 dan berada pada interval total nilai bobot 96 sampai 126 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting.

Pada perusahaan pemasar produk peternakan yang ada dilapangan dukungan langsung yang bersifat fisik, misalnya komputer, meja dan alat komunikasi (telfon) sangat dibutuhkan. Komputer selain sebagai alat penyimpan data penting yang pada perusahaan juga dapat berfungsi sebagai pusat informasi melalui internet sehingga pemilik perusahaan dapat dengan mudah dan cepat mendapat informasi, Begitu juga telpon yang merupakan alat komunikasi yang berperan penting dalam setiap

perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Mc leod (2007), yang menyatakan bahwa banyak operasi-operasi komputer untuk sistem informasi terpusat dan mampu menerima ratusan atau ribuan pengguna dan beroperasi secara serentak, serta dapat dihubungkan antara komputer satu dengan yang lain melalui internet.

Dari penjelasan diatas dapat dilihat modal struktural internal dalam hal dukungan langsung berbentuk fisik memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar. Hal ini sesuai dengan pendapat sullivan dalam Sangkala (2006), bahwa modal struktural mendukung modal manusia menciptakan aset intelektual memberikan sarana dalam proses terciptanya aset intelektual.

- **Dukungan Langsung (nonfisik)**

Peranan modal Struktural dapat berbentuk dukungan langsung yang berbentuk nonfisik, misalnya sistem informasi, piranti lunak komputer, prosedur kerja, rencana pemasaran.

Tabel 9. Dukungan Langsung (nonfisik)

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	3	8,1	15
2	Penting	4	1	2,7	4
3	Cukup Penting	3	28	72,9	84
4	Kurang Penting	2	6	16,2	12
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	-
Jumlah			37	100	115

Berdasarkan tabel 9 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai dukungan langsung (nonfisik) dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 28 perusahaan dengan persentase 72,9 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 3 perusahaan dengan persentase 8,1 %, dan yang menilai penting sebanyak 1 perusahaan (2,7 %), sedangkan yang menilai kurang penting sebanyak 6 perusahaan dengan persentase (16,2) sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 115.

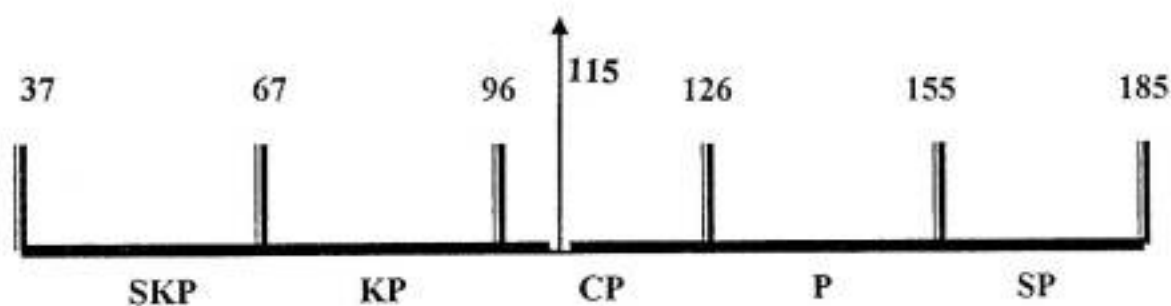


Diagram 6. Total Nilai Bobot Dukungan Langsung (nonfisik) Mengenai Pentingnya Dukungan Langsung (nonfisik) Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	=	155 - 185
Penting (P)	=	126 - 155
Cukup Penting (CP)	=	96 - 126
Kurang Penting (KP)	=	67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	=	37 - 67

Pada diagram 6 dapat dilihat bahwa total nilai pada dukungan langsung (nonfisik) adalah 115 dan berada pada interval total nilai bobot 96 sampai 126 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting.

Pada perusahaan pemasar produk peternakan yang ada dilapangan dukungan langsung yang bersifat nonfisik, misalnya sistem informasi, piranti lunak komputer, prosedur kerja dan rencana pemasaran sangat dibutuhkan pada perusahaan. Pada perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar sistem informasi, piranti lunak komputer, prosedur kerja, dan rencana pemasaran sudah diaplikasikan dalam perusahaan seperti poultry shop, jeroan ex impor, penjualan daging, produksi pakan dan industri bakso dan abon, Sistem informasi sebuah sistem manusia atau mesin yang terintegrasi untuk menyajikan informasi guna mendukung fungsi organisasi, dalam operasinya menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak komputer, prosedur, pedoman, model manajemen dan keputusannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Siswanto (2007), yang menyatakan bahwa sistem informasi manajemen merupakan sebuah sistem informasi yang selain melakukan pengolahan transaksi yang sangat berguna bagi kepentingan organisasi, dan juga banyak memberikan informasi dan pengolahan untuk fungsi manajemen dalam pengambilan keputusan.

Dari penjelasan diatas dapat dilihat modal struktural internal dalam hal dukungan langsung berbentuk nonfisik memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar. Hal ini sesuai dengan pendapat sullivan dalam Sangkala (2006), bahwa modal struktural

mendukung modal manusia menciptakan aset intelektual memberikan sarana dalam proses terciptanya aset intelektual.

- **Dukungan Tak Langsung (fisik)**

Peranan modal Struktural berbentuk dukungan tidak langsung yang bersifat fisik peranannya tidak bersentuhan langsung dengan modal manusia adalah elemen-elemen bangunan, lampu penerangan, hal-hal yang berkaitan dengan kelistrikan, dan penyediaan air bersih.

Tabel 10. Dukungan Tak Langsung (Fisik)

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	2	5,4	10
2	Penting	4	23	59,4	92
3	Cukup Penting	3	7	18,9	21
4	Kurang Penting	2	6	16,2	12
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	-
Jumlah			37	100	135

Berdasarkan tabel 10 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai dukungan tak langsung (fisik) dinilai penting dengan jumlah perusahaan yang menilai penting adalah 23 perusahaan dengan persentase 59,4 % dan yang menilai cukup penting sebanyak 7 perusahaan dengan persentase 27,0 %, dan yang menilai sangat penting sebanyak 2 perusahaan (5,4 %), sedangkan yang menilai kurang penting sebanyak 6 perusahaan dengan persentase (16,2) sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 135.

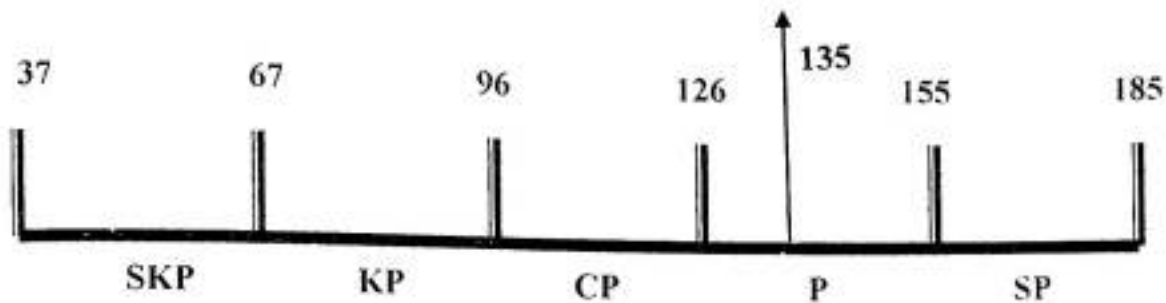


Diagram 7. Total Nilai Bobot Dukungan Langsung (fisik) Mengenai Pentingnya Dukungan Langsung (fisik) Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (ST) = 155 - 185

Penting (P) = 126 - 155

Cukup Penting = 96 - 126

Kurang Penting = 67 - 96

Sangat Kurang Penting = 37 - 67

Pada diagram 7 dapat dilihat bahwa total nilai pada dukungan tak langsung (fisik) adalah 135 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Pada perusahaan pemasar produk peternakan yang ada dilapangan dukungan tak langsung yang bersifat nonfisik peranannya tidak bersentuhan langsung dengan manusia yaitu elemen-elemen bangunan, lampu penerangan (hal yang berkaitan dengan kelistrikan) dan penyediaan air bersih sangat dibutuhkan pada perusahaan. Pada perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar seperti poultry shop, jeroan ex impor, dan penjualan daging rata-rata bangunannya tidak terlalu membutuhkan yang

besar, yang mereka anggap penting adalah penerangan dan penyediaan air bersih, sedangkan pabrik pakan seperti japfa dan cargeel membutuhkan bangunan yang besar, kelitrikan, dan penyediaan yang sangat penting.

Dari penjelasan diatas dapat dilihat bahwa dukungan tak langsung yang bersifat fisik memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar. Hal ini sesuai dengan pendapat sullivan dalam Sangkala (2006), bahwa bahwa modal struktural mendukung modal manusia. menciptakan asset intelektual memberikan sarana dalam proses terciptanya aset intelektual.

- **Dukungan Tak Langsung (nonfisik)**

Peranan modal Struktural berbentuk dukungan tidak langsung yang bersifat nonfisik peranannya tidak bersentuhan langsung dengan modal manusia, elemen yang berbentuk dukungan tidak langsung dapat berbentuk rencana strategi, sistem penggajian, struktur pembiayaan, dan hubungan dengan pemasok.

Tabel 11. Dukungan Tak Langsung (nonFisik)

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	2	5,4	10
2	Penting	4	25	67,5	75
3	Cukup Penting	3	4	10,8	12
4	Kurang Penting	2	6	16,2	12
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	
Jumlah			37	100	109

Berdasarkan tabel 11 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai dukungan langsung (nonfisik) dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai penting adalah 25 perusahaan dengan persentase 67,5 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 2 perusahaan dengan persentase 5,4 %, dan yang menilai cukup penting sebanyak 4 perusahaan (10,8 %), sedangkan yang menilai kurang penting sebanyak 6 perusahaan dengan persentase (16,2) sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 109.

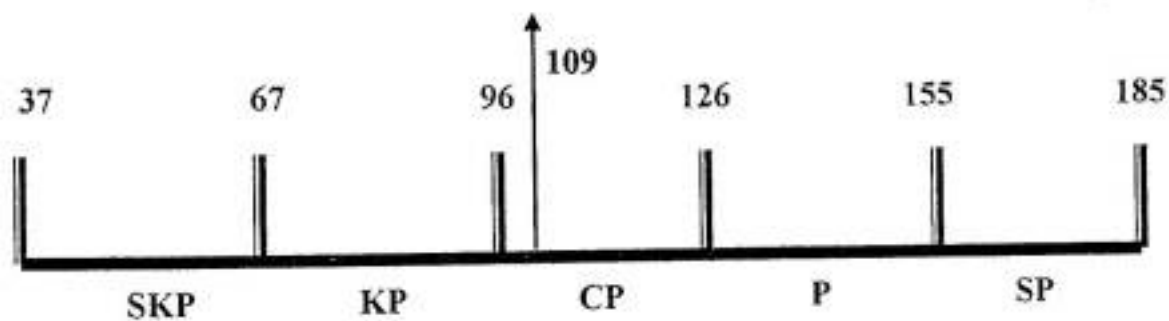


Diagram 8. Total Nilai Bobot Dukungan Tak Langsung (nonfisik) Mengenai Pentingnya Dukungan Tak Langsung (nonfisik) Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 8 dapat dilihat bahwa total nilai pada pelatihan adalah 109 dan berada pada interval total nilai bobot 96 sampai 126 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Pada perusahaan pemasar produk peternakan yang ada dilapangan dukungan tak langsung yang bersifat nonfisik, misalnya rencana strategi, sistem penggajian, struktur pembiayaan dan hubungan dengan pemasok sangat dibutuhkan pada perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Dharma (1993), yang menyatakan bahwa kebanyakan perusahaan melaksanakan lebih dari satu strategi dan rencana pemasaran, program pemasaran menggabungkan semua rencana pemasaran perusahaan menjadi satu rencana yang merupakan tanggung jawab perusahaan secara keseluruhan.

Dari penjelasan diatas dapat dilihat bahwa dukungan tak langsung yang bersifat nonfisik memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar. Hal ini sesuai dengan pendapat Sullivan dalam Sangkala (2006), bahwa bahwa modal struktural mendukung modal manusia menciptakan asset intelektual memberikan sarana dalam proses terciptanya aset intelektual.

Struktur Eksternal

1. Citra Perusahaan

Citra perusahaan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar

Tabel 12. Citra Perusahaan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	2	5,4	10
2	Penting	4	28	75,6	96
3	Cukup Penting	3	7	18,9	21
4	Kurang Penting	2	-	-	
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	
Jumlah			37	100	127

Berdasarkan tabel 12 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai Citra perusahaan dinilai penting dengan jumlah perusahaan yang menilai penting adalah 28 perusahaan dengan persentase 75,6 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 2 perusahaan dengan persentase 5,4 %, dan yang menilai cukup penting sebanyak 7 perusahaan (18,9 %), sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 127.

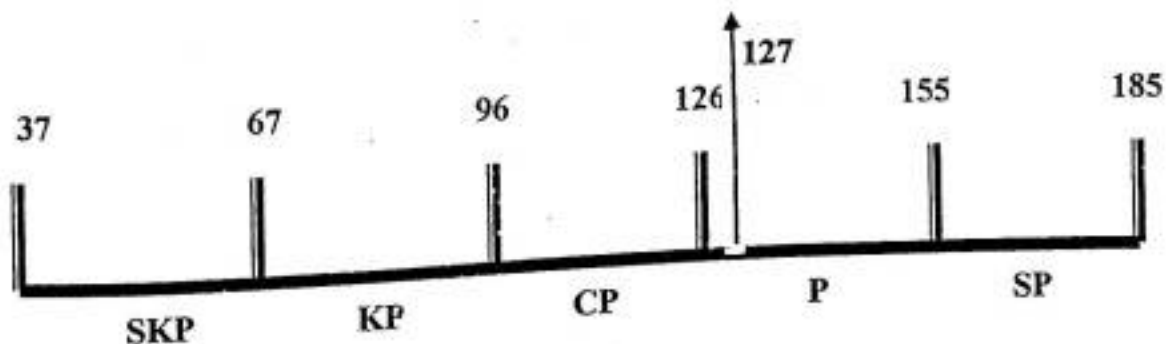


Diagram 9. Total Nilai Bobot Citra perusahaan mengenai pentingnya citra perusahaan Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 9 dapat dilihat bahwa total nilai pada pelatihan adalah 127 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori penting.

Pada perusahaan pemasar produk peternakan tentunya mengharapkan dapat sukses dan mempunyai citra yang baik di masyarakat sehingga mulai dari mutu dan kualitas sampai pada pelayanan terhadap konsumen merupakan hal yang terpenting untuk dapat menjaga citra perusahaan dan tetap eksis di masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Sangkala (2000), bahwa modal struktural eksternal merupakan kemampuan perusahaan mengelola pelanggannya. Nilai dari aset tersebut terutama dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan menyelesaikan persoalan-persoalan pelanggan, dimana reputasi/ citra perusahaan bisa baik dan bisa juga buruk serta dapat berubah setiap saat (Sangkalan, 2006)

B. Jalur penciptaan Nilai (X₂)

Jalur penciptaan nilai merupakan komponen modal intelektual yang memberikan arah kepada seluruh aktifitas perusahaan dalam menciptakan nilai bagi perusahaan, dimana jalur penciptaan nilai terdiri dari Visi, Strategi, dan kepemimpinan (Sangkala, 2006).

1. Visi

Visi dalam perusahaan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar. Hal ini sesuai dengan pendapat Sangkala (2006), bahwa Visi merupakan pandangan perusahaan mengenai bagaimana perusahaan tersebut di masa depan dapat menjadi suatu simbol kekuatan dan menjadi pedoman.

Tabel 12. Visi Perusahaan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	4	10,8	20
2	Penting	4	11	29,7	44
3	Cukup Penting	3	22	59,4	66
4	Kurang Penting	2	-	-	
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	
Jumlah			37	100	130

Berdasarkan tabel 12 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai visi perusahaan dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 25 perusahaan dengan persentase 59,4 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 4 perusahaan dengan persentase 10,8 %, dan

yang menilai penting sebanyak 11 perusahaan (29,7 %). sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 130.

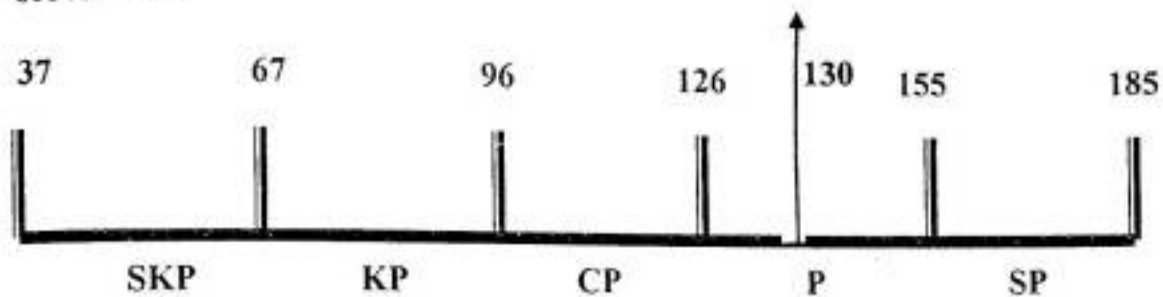


Diagram 10. Total Nilai Bobot visi perusahaan mengenai pentingnya visi Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (ST)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting	= 96 - 126
Kurang Penting	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting	= 37 - 67

Pada diagram 10 dapat dilihat bahwa total nilai pada visi perusahaan adalah 130 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori penting

Pada perusahaan pemasar produk peternakan di makassar visi perusahaan hampir rata-rata terpajang pada setiap perusahaan dan disepakati bersama, sehingga dengan adanya visi tersebut arah dan tujuan perusahaan jelas, sehingga setiap karyawan wajib bertanggung atas setia pekerjaan yang dilaksanakannya. Hal ini

sesuai dengan pendapat Sullivan dalam Sangkala (2000), yang menyatakan bahwa umumnya perusahaan berjuang dengan dua hal yang penting: *pertama* menentukan apa yang mereka inginkan dan menjadi kenyataan dimasa depan; *kedua*, menentukan apa yang dilakukan agar dapat mencapai visi tersebut. Agar visi perusahaan tersebut dapat diterima oleh semua pihak, sebaiknya visi tersebut merupakan visi bersama dimana orang-orang yang ada dalam perusahaan akan terikat, visi yang dibangun bersama dari semua orang dalam perusahaan akhirnya membentuk suatu identitas umum diantara sejumlah orang yang berbeda-beda, visi bersama akan meningkatkan aspirasi seseorang dalam perusahaan dimana pekerjaannya dijadikan sebagai bagian dari hidupnya.

2. Strategi

Strategi memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar.

Tabel 13. Strategi Perusahaan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	3	8,1	15
2	Penting	4	12	32,4	48
3	Cukup Penting	3	22	59,4	66
4	Kurang Penting	2			
5	Sangat Kurang Penting	1			
Jumlah			37	100	129

Berdasarkan tabel 13 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai strategi perusahaan dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 25 perusahaan dengan persentase 59,4

% dan yang menilai sangat penting sebanyak 3 perusahaan dengan persentase 8,1 %, dan yang menilai penting sebanyak 12 perusahaan (32,4 %). sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 129.

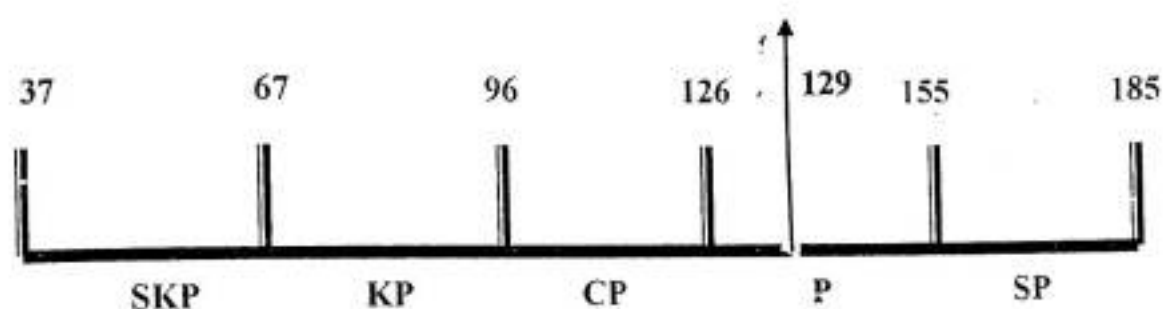


Diagram 11. Total Nilai Bobot Strategi Perusahaan Mengenai Pentingnya Strategi Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 11 dapat dilihat bahwa total nilai pada pelatihan adalah 129 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting.

Pada perusahaan pemasar produk peternakan di makassar kebanyakan perusahaan melaksanakan lebih dari satu strategi. dimana mutu atau kualitas produk peternakan yang dihasilkan sebagian diantaranya cukup berbeda, yang ditujukan pada pasar dan target yang berlainan. Strategi sebagai konsep menunjukkan kepada kita sebagai langkah untuk memberikan suatu respon terhadap situasi yang menjadi masalah yang harus dihadapi disatu sisi dan sisi lain dapat pula menyiapkan diri dalam kerangka menghindari masalah. Hal ini sesuai dengan pendapat Sangkala (2006), bahwa Strategi menunjukkan kepada kita arah kemana hendak kita tuju, sejalan dengan itu ia merupakan peta perjalanan sebagai pedoman agar kita memiliki suatu kekuatan yang dapat menuntun bagi setiap orang yang memiliki suatu peran dalam organisasi. Untuk mencapai visi dibutuhkan suatu strategi yang menjadi pedoman bagaimana cara agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

3. Kepemimpinan

Kepemimpinan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar.

Tabel 14. Kepemimpinan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	4	10,8	20
2	Penting	4	7	18,9	28
3	Cukup Penting	3	26	70,2	78
4	Kurang Penting	2	-	-	
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	
Jumlah			37	100	126

Berdasarkan tabel 14 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai kepemimpinan dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 26 perusahaan dengan persentase 70,2 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 4 perusahaan dengan persentase 10,8 %, dan yang menilai penting sebanyak 7 perusahaan (18,9 %), sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 126.

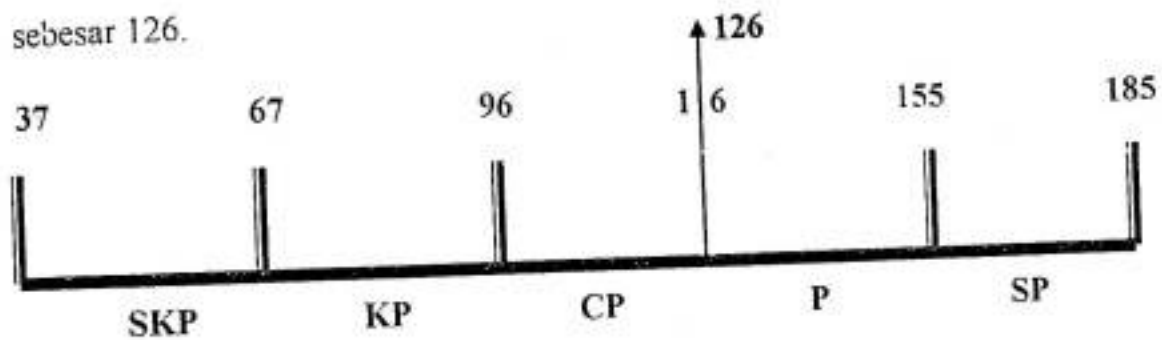


Diagram 12. Total Nilai Bobot Kepemimpinan Mengenai Pentingnya Kepemimpinan Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (S)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 12 dapat dilihat bahwa total nilai pada kepemimpinan adalah 126 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Pada perusahaan pemasar produk peternakan di makassar peran kepemimpinan terlihat pada setiap perusahaan peternakan dimana dapat mendorong dan memberi semangat terhadap karyawan lainnya sehingga tidak kaku bagi karyawan untuk melakukan aktivitas penciptaan inovasi atau nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Sangkala (2006), bahwa kepemimpinan yang karismatik umumnya memperlihatkan kemampuan-kemampuan untuk melaksanakan perubahan yang berencana dengan menggerakkan pemikiran yang terarah dan rasional serta memiliki wawasan dan imajinasi yang mendorong mereka memiliki kreatifitas untuk melaksanakan inovasi. Jauh berbeda bagi kepemimpinan yang tidak karismatik yang lebih menekankan cara berpikir secara konvensional artinya dalam pola pikir yang diaktualisasikan dalam bersikap dan berperilaku cenderung menghindari resiko. Posisi pemimpin terhadap perusahaanya harus mampu melakukan antisipasi masa depan.

C. Manajemen Pengetahuan

Manajemen Pengetahuan adalah komponen pengelolaan modal intelektual yang juga berperan memediasi komponen modal manusia, modal struktural dan jalur penciptaan nilai dalam menciptakan nilai bagi perusahaan. Manajemen Pengetahuan terdiri dari Akuisisi Pengetahuan, Pengembangan Pengetahuan, Penyimpanan pengetahuan, dan transfer pengetahuan (Sangkala, 2006).

1. Akuisisi Pengetahuan

Akuisisi pengetahuan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar.

Tabel 15. Akuisisi Pengetahuan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	3	8,1	15
2	Penting	4	18	48,6	72
3	Cukup Penting	3	15	40,5	45
4	Kurang Penting	2	1	2,7	2
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	-
Jumlah			37	100	134

Berdasarkan tabel 15 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai akuisisi pengetahuan dinilai penting dengan jumlah perusahaan yang menilai penting adalah 18 perusahaan dengan persentase 48,6 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 3 perusahaan dengan persentase 8,1 %, yang menilai cukup penting sebanyak 15 perusahaan 40,5 %, dan 1 perusahaan (2,7 %) yang menilai akuisisi kurang penting sehingga didapat total nilai bobot untuk akuisisi pengetahuan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 134.

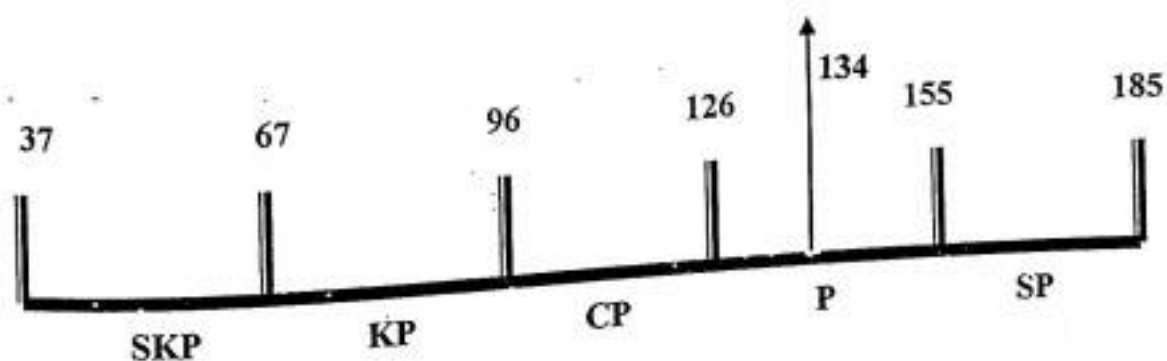


Diagram 13. Total Nilai Bobot Akuisisi Pengetahuan Pentingnya Akuisisi Pengetahuan Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (ST)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting	= 96 - 126
Kurang Penting	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting	= 37 - 67

Pada diagram 13 dapat dilihat bahwa total nilai pada akuisisi pengetahuan adalah 134 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Pada perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar akuisisi pengetahuan atau penambahan pengetahuan diperoleh karyawan dari berbagai sumber, baik pada saat mereka melakukan pekerjaan dalam perusahaan ataupun dari luar perusahaan itu sendiri. Contohnya pada perusahaan poultry shop, jeroan ex impor, penjualan daging, dll, secara langsung tentunya akan ada penambahan pengetahuan tentang produk peternakan tersebut mulai dari mengetahui lebih jelas tehnik, atau ciri-ciri mutu, kualitas produk peternakan. Sehingga dapat melayani konsumen dengan cepat, serta mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Sangkala (2006), bahwa Akuisisi pengetahuan merupakan proses dimana pengumpulan dan penambahan pengetahuan, dapat diperoleh dari berbagai sumber, baik dari luar ataupun dari dalam perusahaan itu sendiri, dari luar perusahaan contohnya melihat perkembangan yang ada dipasaran, dan dalam perusahaan dengan

memberikan pelatihan terhadap kerayawan atas pengetahuan baru atau belajar dari pengalaman.

2. Pengembangan

Pengembangan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar.

Tabel 16. Pengembangan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	3	8,1	15
2	Penting	4	5	13,5	20
3	Cukup Penting	3	28	75,6	84
4	Kurang Penting	2	1	2,7	2
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	-
Jumlah			37	100	121

Berdasarkan tabel 16 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai pengembangan dinilai penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 28 perusahaan dengan persentase 75,6 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 3 perusahaan dengan persentase 8,1 %, yang menilai penting sebanyak 5 perusahaan 13,5 %, dan 1 perusahaan (2,7 %) yang menilai pengembangan kurang penting sehingga sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 121.

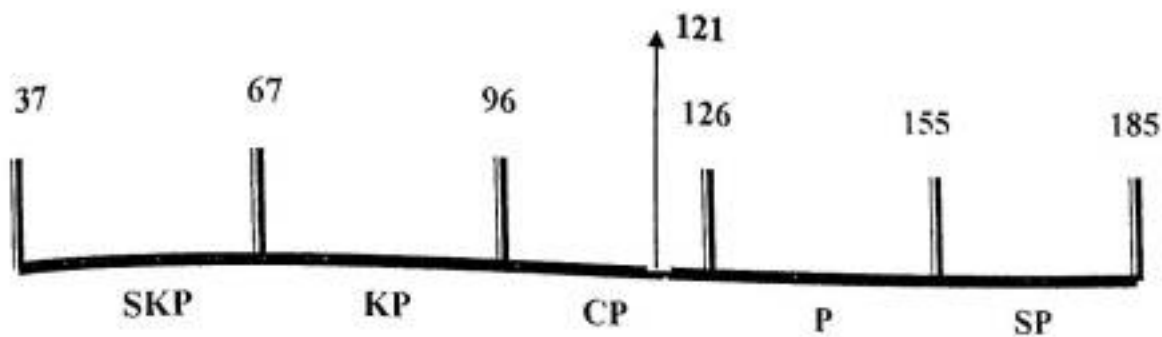


Diagram 14. Total Nilai Bobot Pengembangan Pengetahuan Mengenai Pentingnya Pengembangan Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 14 dapat dilihat bahwa total nilai pada Pengembangan pengetahuan adalah 121 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Pada perusahaan Pemasar produk peternakan di Makassar pengembangan pengetahuan dapat terlihat di beberapa perusahaan dimana pengetahuan yang ia dapatkan ia kembangkan sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen, contoh industri bakso yang bentuk dan rasa yang berbeda-beda sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Sangkala (2006), bahwa Pengembangan pengetahuan pada dasarnya pengembangan pengetahuan yang baru didapatkan yang kemudian mengkristalkan pengetahuan tersebut sebagai bagian dari jaringan

pengetahuan dari perusahaan sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang strategik bagi perusahaan.

3. Penyimpanan Pengetahuan

Penyimpanan pengetahuan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar.

Tabel 17. Penyimpanan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	5	13,5	25
2	Penting	4	7	18,9	28
3	Cukup Penting	3	25	67,5	75
4	Kurang Penting	2	-	-	
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	
Jumlah			37	100	128

Berdasarkan tabel 17 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai penyimpanan pengetahuan dinilai penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 25 perusahaan dengan persentase 67,5 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 5 perusahaan dengan persentase 13,5 % yang menilai penting sebanyak 7 perusahaan 18,9 %, sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 128.

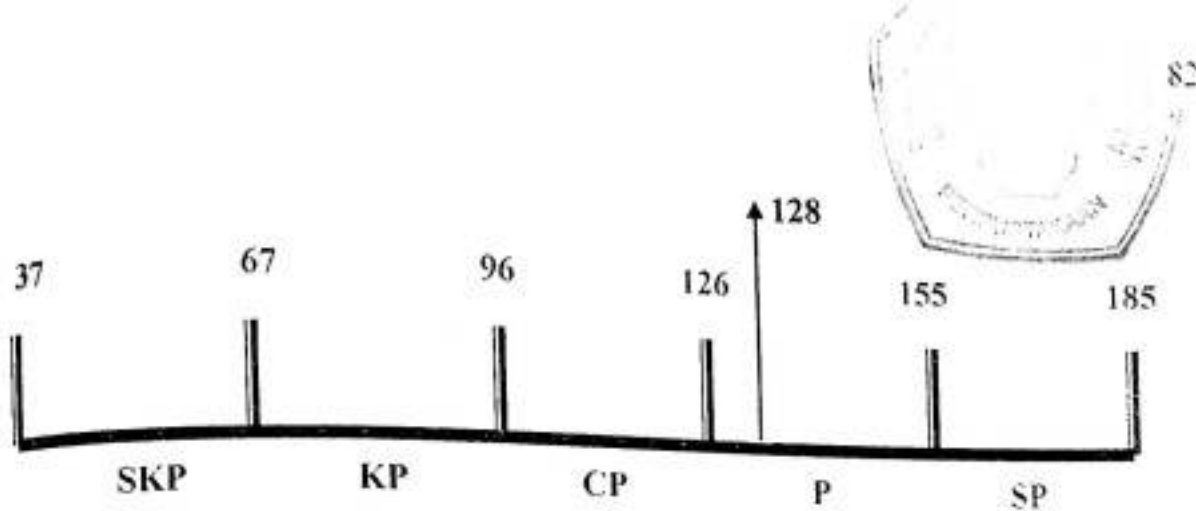


Diagram 15. Total Nilai Bobot Penyimpanan Pengetahuan Mengenai Pentingnya Penyimpanan Pengetahuan Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 15 dapat dilihat bahwa total nilai pada pelatihan adalah 128 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Pada Perusahaan pemasar produk peternakan penyimpanan pengetahuan atau data-data pribadi perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, rata-rata perusahaan peternakan tersebut menyimpan dalam komputer, sehingga lebih aman dan kapanpun ia butuhkan dapat dengan mudah dia dapatkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Sangkala (2006), bahwa Penyimpanan pengetahuan dapat dilakukan perusahaan dengan cara menentukan yang penting untuk disimpan dan bagaimana menyimpan pengetahuan tersebut, penyimpanan pengetahuan dapat dilakukan dengan

teknis perekaman, data base, dan dapat pula dengan memori individual karyawan, tetapi penyimpanan tersebut harus tersistem sehingga kapanpun dibutuhkan pengetahuan tersebut cepat dan tepat untuk ditemukan.

3. Transfer Pengetahuan

Transfer pengetahuan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di Makassar.

Tabel 18. Transfer Pengetahuan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	2	5,4	10
2	Penting	4	1	2,7	4
3	Cukup Penting	3	27	75,7	81
4	Kurang Penting	2	6	16,2	12
5	Sangat Kurang Penting	1			
Jumlah			37	100	107

Berdasarkan tabel 18 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai transfer pengetahuan dinilai penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 27 perusahaan dengan persentase 75,7 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 2 perusahaan dengan persentase 5,4 %, yang menilai penting sebanyak 1 perusahaan 2,7 %, dan 6 perusahaan (16,2 %) yang menilai transfer pengetahuan kurang penting sehingga sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 107.

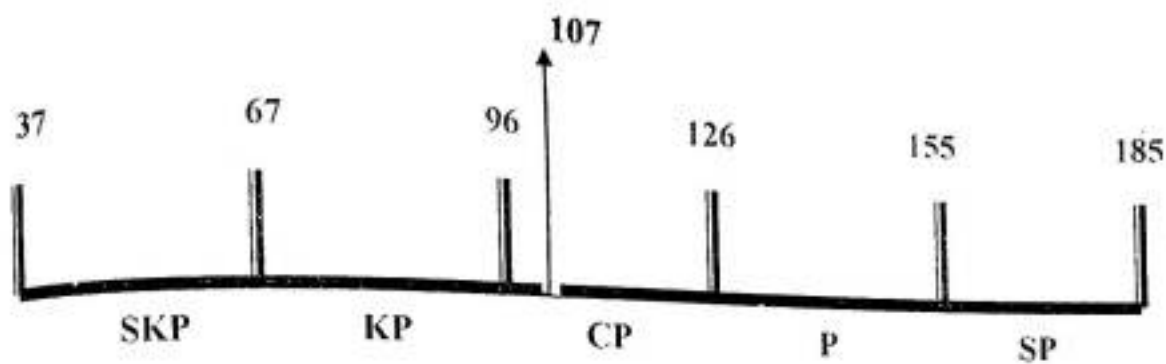


Diagram 16. Total Nilai Bobot Transfer Pengetahuan Mengenai Pentingnya Transfer Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 16 dapat dilihat bahwa total nilai pada pelatihan adalah 107 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Pada perusahaan Pemasar produk peternakan di Makassar seperti poultry shop, penjualan daging, jeron ex impor, tempat pemotongan unggas dan industri bakso dan abon tidak terlalu penting melakukan transfer pengetahuan, karena rata-rata pengetahuan yang diberikan pada perusahaan hampir sama sehingga hampir semua karyawan menguasai pekerjaan yang ada dalam perusahaan. Hanya perusahaan besar yang transfer pengetahuannya lebih jelas seperti pada perusahaan pakan dimana dalam berbagai bentuk pelaksanaan transfer pengetahuan justru menunjukkan bahwa,

pertambahan pengetahuan setiap karyawan memiliki tingkat perbedaan ketergantungan dengan yang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Sangka et al. (2006), bahwa Aktivitas transfer pengetahuan merupakan proses dimana informasi berpindah dan terbagi keseluruh perusahaan melalui individu, kelompok dan berbagai fungsi dalam perusahaan.

Modal intelektual (X_1)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, modal intelektual yang terdiri dari modal manusia dan modal struktural cukup penting terhadap keunggulan daya saing perusahaan

Tabel 19. Modal Intelektual

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	2	5,4	10
2	Penting	4	1	2,7	4
3	Cukup Penting	3	28	75,6	84
4	Kurang Penting	2	6	16,2	12
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	-
Jumlah			37	100	110

Berdasarkan tabel 19 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai Modal Intelektual dinilai cukup penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 28 perusahaan dengan persentase 75,6 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 2 perusahaan dengan persentase 5,4 %, yang menilai penting hanya 1 perusahaan 2,7 %, dan 6 perusahaan (16,2 %) yang menilai Modal Intelektual kurang penting sehingga sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 110.

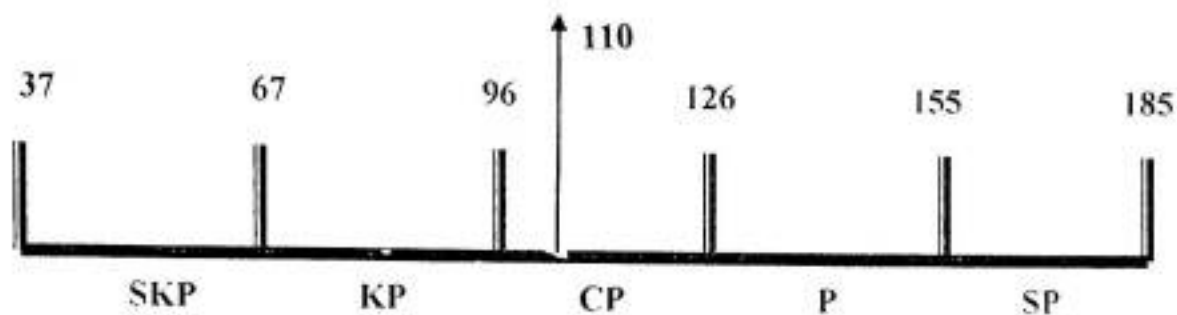


Diagram 17. Total Nilai Bobot Modal Intelektual Mengenai Pentingnya Modal Intelektual Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP) = 155 - 185

Penting (P) = 126 - 155

Cukup Penting (CP) = 96 - 126

Kurang Penting (KP) = 67 - 96

Sangat Kurang Penting (SKP) = 37 - 67

Pada diagram 17 dapat dilihat bahwa total nilai pada Modal Intelektual adalah 110 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Dari penjelasan diatas dapat dilihat bahwa Modal Intelektual memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di makassar. Modal manusia merupakan darah kehidupan bagi modal intelektual, ia juga sebagai potensi inovasi perusahaan yang didalamnya berisi kompetensi, keterampilan dan pengetahuan. Peran modal manusia dalam modal intelektual sangat penting, karena proses penciptaan pelanggan berada pada

komponen modal manusia dan kemudian dibantu dengan modal struktural dimana modal manusia lah yang berintraksi dengan para pelanggannya yang mengetahui apa pengetahuan, keterampilan dan nilai yang diharapkan oleh pelanggan. sementara modal struktural berfungsi menyediakan pengetahuan yang telah tersimpan untuk mendukung penciptaan nilai bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat (Edvinson dan Malone) dalam Sangkalan 2006 yang menyatakan bahwa Modal intelektual terbagi atas dua yaitu modal manusia (Human Capital) dan modal struktural (Struktural Capital) dimana modal manusia merupakan asset berbasis pengetahuan yang berada didalam diri anggota perusahaan, sedangkan modal struktural merupakan yang memediasi modal manusia sehingga terciptanya nilai bagi perusahaan.

Jalur Penciptaan Nilai (X₂)

Berdasarkan hasil penelitian dilakukan terhadap perusahaan pemasar produk peternakan yang ada di Makassar, jalur penciptaan nilai yang terdiri visi, strategi, dan kepemimpinan cukup berperan terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimana dalam perusahaan tersebut dikatakan cukup karena hasil yang didapatkan dari total rata-rata visi, strategi, dan kepemimpinan pada perusahaan pemasar produk peternakan.

Tabel 20. Jalur Penciptaan Nilai

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	4	10,8	20
2	Penting	4	8	21,6	32
3	Cukup Penting	3	25	67,6	75
4	Kurang Penting	2	-	-	-
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	-
Jumlah			37	100	127

Berdasarkan tabel 20 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai pengembangan dinilai penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 25 perusahaan dengan persentase 67,6 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 4 perusahaan dengan persentase 10,8 %, yang menilai penting sebanyak 8 perusahaan 21,6 %, sehingga didapat total nilai bobot untuk Jalur penciptaan nilai terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 127.

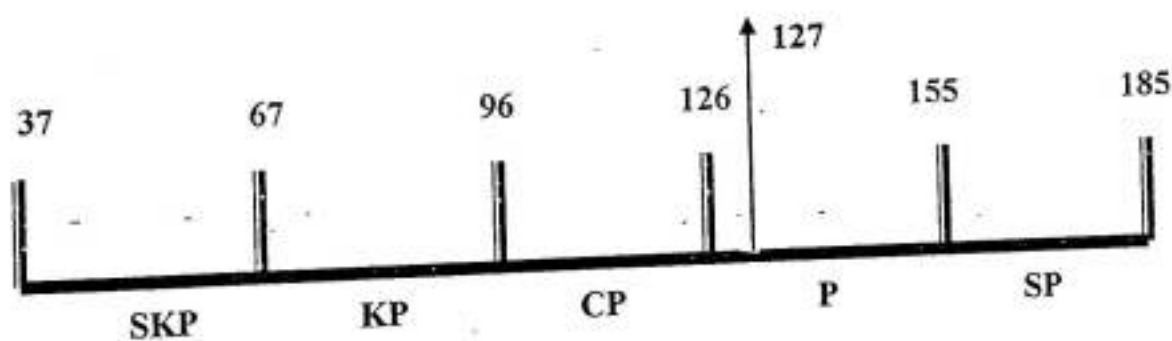


Diagram 18. Total Nilai Bobot Jalur Penciptaan Nilai Mengenai Pentingnya Jalur Penciptaan Nilai Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 18 dapat dilihat bahwa total nilai pada Jalur Penciptaan Nilai adalah 127 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Jalur penciptaan nilai memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimakassar. Visi, strategi dan kepemimpinan merupakan perpaduan yang sangat kompleks untuk menciptakan suatu keunggulan/ daya saing pada perusahaan, dengan adanya visi yang merupakan tujuan utama perusahaan, maka dengan didukung dengan strategi yang tepat, serta peran kepemimpinan yang mampu membawa perusahaan menuju kesuksesan merupakan hal yang luar biasa menciptakan keunggulan pada perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Peppard dan Rylander dalam Sangkala 2006 bahwa jalur penciptaan nilai (Visi, strategi dan kepemimpinan) sangat penting karena merupakan gambaran pemahan tim manajemen atau orang-orang dalam perusahaan bagaimana menciptakan nilai bagi perusahaan.

Manajemen Pengetahuan (X_3)

Berdasarkan hasil penelitian dilakukan terhadap perusahaan pemasar produk peternakan yang ada di Makassar, Manajemen Pengetahuan yang terdiri Akuisisi pengetahuan, pengembangan, penyimpanan dan transfer pengetahuan cukup berpengaruh terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan dimana dalam perusahaan tersebut dikatakan cukup berpengaruh karena hasil yang didapatkan dari total rata-rata Akuisisi pengetahuan, pengembangan, penyimpanan dan transfer pengetahuan.

Tabel 21. Manajemen Pengetahuan

No	Uraian	Bobot	Frekuensi	%	Total Nilai Bobot
1	Sangat Penting	5	2	5,4	10
2	Penting	4	6	16,2	24
3	Cukup Penting	3	29	78,3	87
4	Kurang Penting	2	-	-	
5	Sangat Kurang Penting	1	-	-	
Jumlah			37	100	121

Berdasarkan tabel 21 tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar perusahaan menilai pengembangan dinilai penting dengan jumlah perusahaan yang menilai cukup penting adalah 29 perusahaan dengan persentase 78,3 % dan yang menilai sangat penting sebanyak 2 perusahaan dengan persentase 5,4 %, yang menilai penting sebanyak 6 perusahaan 16,2 %, sehingga didapat total nilai bobot untuk pendidikan terhadap 37 perusahaan pemasar produk peternakan adalah sebesar 121.

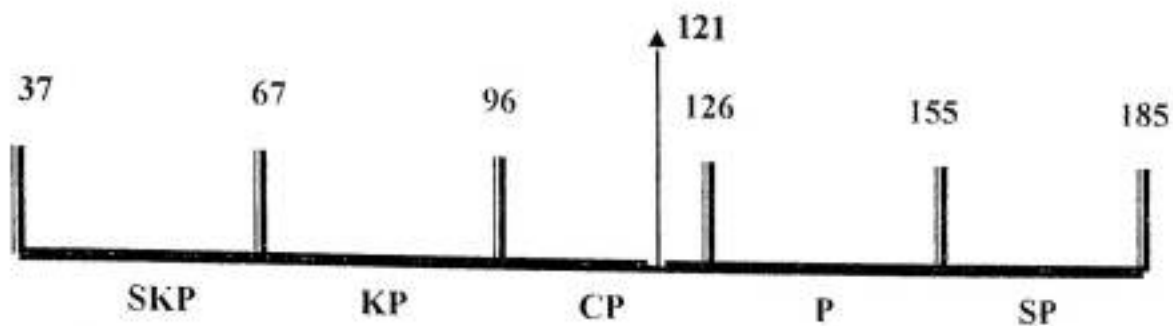


Diagram 4. Total Nilai Bobot Manajemen Pengetahuan Mengenai Pentingnya Manajemen Pengetahuan Terhadap Suatu Perusahaan.

Keterangan :

Sangat Penting (SP)	= 155 - 185
Penting (P)	= 126 - 155
Cukup Penting (CP)	= 96 - 126
Kurang Penting (KP)	= 67 - 96
Sangat Kurang Penting (SKP)	= 37 - 67

Pada diagram 19 dapat dilihat bahwa total nilai pada Manajemen Pengetahuan adalah 121 dan berada pada interval total nilai bobot 126 sampai 155 dimana interval total nilai bobot tersebut berada pada kategori cukup penting

Dari penjelasan diatas dapat dilihat bahwa Manajemen pengetahuan memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan/pemasar produk peternakan dimakassar. Modal intelektual pada dasarnya modal pengetahuan dimana apabila pengetahuan itu diolah maka akan menciptakan sesuatu yang strategik yaitu manajemen pengetahuan. Langkah yang dianggap penting dalam aktivitas manajemen pengetahuan yaitu akuisisi pengetahuan, penyimpanan pengetahuan, pengembangan dan transfer pengetahuan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Wiig,1997) daian:

Sangkala (2006), bahwa manajemen pengetahuan sebagai penerapan asset pengetahuan yang tersedia kepada perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Analisi beberapa faktor yang mempengaruhi Keunggulan/ Daya Saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan

Adapun Variabel Penelitian yang digunakan yaitu untuk variabel bebas independen terdiri dari modal intelektual (X_1), Jalur Penciptaan Nilai (X_2) dan Manajemen Pengetahuan (X_3) sedangkan untuk variabel terikat (dependen) yaitu keunggulan/ Daya Saing. Dari hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai-nilai variabel seperti yang terlihat pada tabel 5

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan/ Daya Saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan di Makassar.

Variabel Bebas	Koef. Regresi	Std. Error	T hit	Prob	r	R ²
Modal Intelektual	0,345	0,056	6,161	0,000	0,731	0,534
Jalur Penciptaan Nilai	0,266	0,048	5,541	0,000	0,694	0,431
Manajemen Pengetahuan	0,314	0,057	5,506	0,000	0,692	0,478
Constanta = 190				Probabilitas = 0,335		
Multiple R = 0,940				F Hitung = 83,065		
R square = 0,883						

Sumber : Data Hasil Olahan, 2008

Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan seperti yang terlihat pada tabel 4 dapat dibuat suatu persamaan sebagai berikut :

$$Y = 190 + 0,345 X_1 + 0,266 X_2 + 0,314 X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Keunggulan/ Daya Saing (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa konstanta persamaan sebesar 190 nilai tersebut menunjukkan bahwa jika modal intelektual (X_1), Jalur Penciptaan Nilai (X_2) dan Manajemen Pengetahuan (X_3) sama

dengan nol maka Keunggulan/ Daya Saing Perusahaan Pemasar Produk Peternakan (Y) akan bernilai 190 atau sebesar 190 %

Uji Partial (Uji t)

Dalam menggunakan tehknik analisa ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan nilai t_{tabel} pada taraf kepercayaan 99 % atau $\alpha = 0,01$. Apabila t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , maka faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan secara sendiri-sendiri memberikan kontribusi/ pengaruh yang sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan.

1. Pengaruh Modal Intelektual (X_1) terhadap keunggulan/daya saing perusahaan pemasar produk peternakan (Y)

Hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 6.161 > t_{tabel} 0,683$ ini berarti bahwa faktor modal intelektual secara sendiri-sendiri memberikan kontribusi/ pengaruh yang sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan.

Nilai koefisien regresi variabel Modal intelektual (X_1) sebesar 0,345 satuan. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan nilai modal intelektual sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya modal intelektual sebesar 0,345 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

Selanjutnya untuk mengetahui kekuatan pengaruh variabel modal intelektual terhadap keunggulan/daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di Makassar maka dapat dilihat pada nilai koefisien korelasi (r) dan besarnya sumbangan variabel modal intelektual terhadap keunggulan/daya saing dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2). Adapun nilai koefisien korelasi variabel Modal Intelektual (X_1) terhadap Keunggulan/daya saing sebesar 0,731. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh modal intelektual terhadap keunggulan/ daya saing besar dan positif. Sedangkan besarnya sumbangan variabel modal intelektual ditandai dengan nilai determinasi (R^2) sebesar 0,534 yang artinya sebesar 53,4 % pengaruh Modal Intelektual terhadap Keunggulan/daya saing

2. Pengaruh Jalur penciptaan nilai (X_2) terhadap keunggulan/daya saing perusahaan pemasar produk peternakan (Y)

Hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 5,541 > t_{tabel} 0,683 ini berarti bahwa faktor jalur penciptaan nilai secara sendiri-sendiri memberikan kontribusi/ pengaruh yang sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan.

Nilai koefisien regresi variabel Jalur penciptaan nilai (X_2) sebesar 0,266 satuan. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan nilai jalur penciptaan nilai sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya jalur penciptaan nilai sebesar 0,266 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

Selanjutnya untuk mengetahui kekuatan pengaruh variabel jalur penciptaan nilai terhadap keunggulan/daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di Makassar maka dapat dilihat pada nilai koefisien korelasi (r) dan besarnya sumbangan variabel jalur penciptaan nilai terhadap keunggulan/daya saing dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2). Adapun nilai koefisien korelasi variabel jalur penciptaan nilai (X_2) terhadap Keunggulan/daya saing sebesar 0,694. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh jalur penciptaan nilai terhadap keunggulan/ daya saing besar dan positif. Sedangkan besarnya sumbangan variabel jalur penciptaan nilai ditandai dengan nilai determinasi (R^2) sebesar 0,481 yang artinya sebesar 48,1 % pengaruh Modal Intelektual terhadap Keunggulan/daya saing

3. Pengaruh Manajemen Pengetahuan (X_3) terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan (Y)

Hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 5,506 > t_{tabel} 0,683 ini berarti bahwa faktor Manajemen Pengetahuan secara sendiri-sendiri memberikan kontribusi/ pengaruh yang sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan.

Nilai koefisien regresi variabel Manajemen Pengetahuan (X_3) sebesar 0,314 satuan. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan nilai Manajemen Pengetahuan sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Manajemen pengetahuan nilai sebesar 0,314 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

Selanjutnya untuk mengetahui kekuatan pengaruh variabel Manajemen Pengetahuan terhadap keunggulan/daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di Makassar maka dapat dilihat pada nilai koefisien korelasi (r) dan besarnya sumbangan variabel Manajemen Pengetahuan terhadap keunggulan/daya saing dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2). Adapun nilai koefisien korelasi variabel Manajemen Pengetahuan (X_3) terhadap Keunggulan/daya saing sebesar 0,692. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh manajemen pengetahuan terhadap keunggulan/ daya saing besar dan positif. Sedangkan besarnya sumbangan variabel manajemen pengetahuan ditandai dengan nilai determinasi (R^2) sebesar 0,478 yang artinya sebesar 47,8 % pengaruh Manajemen Pengetahuan terhadap Keunggulan/daya saing

Pengaruh Variabel Bebas Secara Simultan Terhadap Keunggulan/ Daya saing

Uji Bersama-sama (Uji F)

Dalam Penggunaan teknik analisis ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka pada taraf kepercayaan 99 % atau $\alpha = 0,01$. Apabila nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka berarti modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan manajemen pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda, dimana nilai F_{hitung} sebesar 83.065 sedangkan nilai F_{tabel} 1,78. Dengan demikian F_{hitung} ternyata lebih besar dari F_{tabel} ($83.607 > 1.78$). Ini berarti bahwa secara statistik faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan. Selanjutnya untuk mengetahui kuatnya hubungan variabel Modal intelektual (X_1), Jalur penciptaan nilai (X_2), dan Manajemen Pengetahuan (X_3) secara simultan terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di makassar koefisien korelasi berganda (R) yaitu sebesar 0,940 ini berarti bahwa variabel Modal intelektual (X_1), Jalur Penciptaan Nilai (X_2), dan Manajemen Pengetahuan (X_3) secara simultan memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di makassar. Sementara itu besarnya pengaruh faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan secara simultan dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinan (R^2). Adapun nilai koefisien determinannya dari hasil perhitungan adalah 0,883 ($R^2 = 88,3\%$). Hal ini menunjukkan bahwa besarnya modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan sebesar 88,3 %, sedangkan sisanya 11,7 % adalah dipengaruhi oleh faktor diluar model yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian hipotesis ini yang dikemukakan secara statistik diterima, karena faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di makassar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

A. Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda, dimana nilai F_{hitung} sebesar 83.065 sedangkan nilai F_{tabel} 1,78. Dengan demikian F_{hitung} ternyata lebih besar dari F_{tabel} ($83,607 > 1,78$). Ini berarti bahwa secara statistik faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan manajemen pengetahuan secara (Simultan) bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan. Dari hasil perhitungan regresi berganda uji t_{hitung} $6.161 > t_{tabel}$ 0,683 ini berarti bahwa faktor modal intelektual secara parsial memberikan kontribusi/ pengaruh yang sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan. Dari hasil perhitungan regresi berganda uji t_{hitung} $5.541 > t_{tabel}$ 0,683 ini berarti bahwa faktor jalur penciptaan nilai secara parsial memberikan kontribusi/ pengaruh yang sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan. Dari hasil perhitungan regresi berganda uji t_{hitung} $5.506 > t_{tabel}$ 0,683 ini berarti bahwa faktor Manajemen Pengetahuan secara parsial memberikan kontribusi/ pengaruh yang sangat nyata terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan.

B. Besarnya pengaruh faktor modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan diketahui dari besarnya determinan (R^2), adapun nilai koefisien determinannya adalah 0,883 ($R^2 = 88,3\%$). Hal ini menunjukkan bahwa besarnya modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan manajemen pengetahuan yaitu 88,3% sedangkan sisanya 11,7% adalah dipengaruhi faktor lain.

C. Dari Modal Intelektual, jalur penciptaan nilai, dan Manajemen Pengetahuan yang paling dominan berpengaruh terhadap keunggulan/ daya saing perusahaan pemasar produk peternakan di Makassar dapat dilihat dari t_{hitung} yang paling dominan berpengaruh pertama modal intelektual, jalur penciptaan nilai dan disusul oleh manajemen pengetahuan

Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka disarankan agar pihak pimpinan perusahaan pemasar produk peternakan di Makassar kiranya lebih memperhatikan ketiga faktor (Modal intelektual, jalur penciptaan nilai, dan manajemen pengetahuan) untuk menciptakan keunggulan/ daya saing perusahaan dan lebih memberdayakan kemampuan yang dimiliki karyawannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Huseini, M.** 1996, *Mencermati Misteri Globalisasi : Manata Ulang Strategi Pemasaran International Indonesia Melalui Pendekatan Resource Based*. Depok : FISIP Universitas Indonesia.
- Manullang, M.** 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit PT. BPF: Yogyakarta
- Meload, R.** 2007, *Sistem Informasi Manajemen*, Penerbit PT. INDEKS
- Sangkala.** 2006, *Intellectual Capital Management : Strategi Baru Membangun Daya Saing Perusahaan*. Penerbit Yapensi.
- Siswanto, H.B.** 2007, *Pengantar Manajemen*, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Simamora, H.** 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Sugiyono.** 2007, *Statistika untuk penelitian*. ALFABETA, Bandung.
- Schuler Randall S, Jackson Susan E.** 1997, *Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi Abad ke-21*. Penerbit Erlangga
- Tarumingkeng, R.C.** 2000, PhD. *Kuliah Perdana Manajemen Sumber Daya Manusia*, Program Pasca Sarjana – Magister Manajemen, Universitas Kristen Krida Wacana, tumoutou.net/STRAT_PSIDM.htm - 64k - Tembolok - Halaman sejenis
- Thoha,** 2003, *Kepemimpinan Dalam Manajemen ; Suatu Pendekatan Perilaku*. Fisipol-Universitas Gadjah Mada. PT. Raja Grafindo Persada Jakarta

Lampiran 1

DAFTAR KELOMPOK USAHA PENGOLAHAN HASIL PETERNAKAN

Kabupaten/Kota : Makassar
 Propinsi : Sulawesi Selatan

No	Nama Perusahaan	Jenis Olahan	Lokasi		Rata-rata produksi	Pemasaran Kota/Kab	Alamat
			Kecamatan	Kelurahan			
1	Anugrah	Poultry Shop	Mariso		-	Makassar	Jl. Vet. Utara No. 306
2	Bakso Berdikari	Industri Bakso	Makassar		-	Makassar	Jl. Bete-bete
3	UD. Sampi Mas	Dendeng/ Abon	Makassar		-	Makassar	Jl. Gunung Latimojong
4	UD. Alam Jaya	Tempat Pemotongan Unggas	Mamajang		-	Makassar	Jl. Anuang
5	UD. Prima Meat	Tempat Pemotongan Unggas	Ujung pandang		-	Makassar	Jl. Inpeksi kanal
6	PT. Pangan Sari Utama	Jeroan ex Impor	Biringkanayya		-	Makassar	Jl. Jasciuth I No.27
7	PT. Sukanda jaya	Jeroan ex Impor	Tamalanrea		-	Makassar	Jl. Kawasin kina s no 132
8	Makro	Jeroan ex Impor	Tamalate		-	Makassar	Jl. Sultan alauddin
9	Cahaya puji madinah	Jeroan ex Impor	Makassar		-	Makassar	Jl. Kemauan
10	Sinar harapan	Poultry shop	Makassar		-	Makassar	Jl. Vet selatan no.207
11	UD. Harco	Tempat Pemotongan Unggas	Mariso		-	Makassar	Jl. KS. Tubun
12	PT. C. Gong Perkasa	Jeroan ex Impor	Makassar		-	Makassar	Jl. Batu putih
13	Alfa II	Penjualan Daging	Tamalanrea		-	Makassar	Jl. Perintis kemerdekaan
14	Kios 33	Poultry shop	Bontoala		-	Makassar	Jl. Mesjid raya no. 32
15	Cahaya puji madinah	Penjualan Daging	Makassar		-	Makassar	Jl. kemauan
16	Bina unggas makmur	Jeroan ex Impor	Maccini		-	Makassar	Jl. Mesjid raya no.45
17	CV. Rusadi jaya	Jeroan ex Impor	Bontoala		-	Makassar	Jl. Lamuru no.20
18	Bina ternak	Poultry shop	Bontoala		-	Makassar	Jl. Mesjid raya no.39
19	Hero	Penjualan Daging	Mamajang		-	Makassar	Jl. Ratulangi
20	PT. Japfa Comfeed	Produksi DOC 202	Biringkanayya		-	Makassar	Jl. Ir. sutami km 17
21	PT. Multi Breeder Adi Rama	Produksi DOC	Biringkanayya		-	Makassar	Jl. Ir. sutami km 17
22	Alfa latehete	Penjual daging	Ujung pandang		-	Makassar	Jl. Sungai sadding
23	Baji Parzi	Penjual daging	Ujung pandang		-	Makassar	Jl. Ranggung
24	Toko Muda	Poultry shop	Ujung pandang		-	Makassar	Jl. Gunung merapi

25	Gelael	Penjual Daging	Ujung pandang	-	Makassar	Jl. Sultan hasanuddin
26	Toko amanat	Tempat Pemotongan Unggas	Rappocini	-	Makassar	Jl. Rappocini raya
27	Raos	Abon Sapi	Rappocini	-	Makassar	Jl. Landak baru
28	PT. Cargill Indonesia	Produksi Pakan	Tamalanrea	-	Makassar	Jl. Kapasa raya kima
29	Makassar vet	Poultry shop	Mariso	-	Makassar	Jl. Cendrawasih no.33
30	Hypermart GTC	Penjual Daging	Tamalate	-	Makassar	Jl. Metro tanjung bunga
31	Alfa 1	Penjual Daging	Panakukang	-	Makassar	Jl. Pengayoman
32	Hypermart Panakukang	Penjual Daging	Panakukang	-	Makassar	Jl. Boulevard
33	Diamond	Penjual Daging	Panakukang	-	Makassar	Jl. Boulevard
34	Carrefour	Penjual Daging	Panakukang	-	Makassar	Jl. Adiyaksa baru no. 1
35	CV. Daya Sakti Putra	Jeroan ex impor	Wajo	-	Makassar	Jl. Buru No. 143
36	CV. Kurnia Jaya	Jeroan ex impor	Wajo	-	Makassar	Jl. Tarakan no 97 A
37	Alfa MTC	Penjual Daging	Wajo	-	Makassar	Jl. Ahmad Yani

Makassar, 25 April 2008

a.n Kepala Dinas Kelautan dan
Ketahanan pangan kota makassar
Kepala Bidang Peternakan

Ir. Julistiawaty DN
Nip. 580 020 490

Hasil Tabulasi Modal Intelektual (X1) (Modal Manusia dan Modal Struktural)

No.	Modal Manusia					Modal Struktural						Rata-rata keseluruhan		
	Pendidikan	Pelatihan	Pengalaman	Kejujuran	Rata-rata	Internal			Eksternal					
						Dukungan Langsung Fisik	Dukungan Langsung Non Fisik	Dukungan Idk langsung Fisik	Dukungan Idk langsung Non Fisik	Rata-rata Citra Perusahaan	Rata-rata			
1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2,38	2	
2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2,38	2	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,31	3	
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
6	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3,38	3	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,38	3	
8	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,44	3	
9	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,44	3	
10	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2,38	2	
11	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
12	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,44	3	
13	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3,44	3	
14	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2,38	2	
15	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
16	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,31	3	
17	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
18	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,31	3	
19	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	
21	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4,38	4	
22	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
23	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
24	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2,38	2	
25	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,25	3	
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3	
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	
29	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2,38	2	
30	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
31	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,44	3	
32	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,44	3	
33	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,44	3	
34	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,44	3	
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,25	3	
36	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,44	3	
37	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,38	3	
	Rata-rata												3,32	3

Hasil Tabulasi Jalur Penciptaan Nilai (X2)

No	Visi	Strategi	Kepemimpinan	Rata-rata	
1	4	3	4	3.67	4
2	4	4	3	3.67	4
3	3	3	3	3.00	3
4	4	3	3	3.33	3
5	5	4	5	4.67	5
6	4	3	4	3.67	4
7	3	3	3	3.00	3
8	3	3	3	3.00	3
9	4	4	4	4.00	4
10	3	3	3	3.00	3
11	3	3	3	3.00	3
12	3	3	3	3.00	3
13	3	3	3	3.00	3
14	4	4	4	4.00	4
15	3	3	3	3.00	3
16	3	3	3	3.00	3
17	3	3	3	3.00	3
18	4	3	3	3.33	3
19	3	3	3	3.00	3
20	5	5	5	5.00	5
21	4	4	4	4.00	4
22	3	4	3	3.33	3
23	4	3	3	3.33	3
24	3	3	3	3.00	3
25	3	4	3	3.33	3
26	3	3	3	3.00	3
27	3	4	3	3.33	3
28	5	5	5	5.00	5
29	3	4	3	3.33	3
30	3	3	3	3.00	3
31	3	3	3	3.00	3
32	3	4	3	3.33	3
33	4	4	4	4.00	4
34	5	5	5	5.00	5
35	4	4	4	4.00	4
36	3	3	3	3.00	3
37	3	3	3	3.00	3
rata-rata	3.51	3.49	3.41	3.47	3

Hasil Tabulasi Manejemen Pengetahuan (X3)

No	Akuisis Pengetahuan	Pengembangan	Penyimpanan	Transfer pengetahuan	Rata-rata	
1	4	3	3	3	3.25	3
2	3	3	3	3	3.00	3
3	4	3	3	3	3.25	3
4	3	3	3	3	3.00	3
5	4	3	3	3	3.25	3
6	3	3	3	3	3.00	3
7	4	3	3	3	3.25	3
8	3	3	3	3	3.00	3
9	4	3	3	3	3.25	3
10	4	4	5	3	4.00	4
11	4	4	5	3	4.00	4
12	3	3	3	2	2.75	3
13	4	3	3	3	3.25	3
14	3	3	3	3	3.00	3
15	4	3	3	3	3.25	3
16	3	3	3	3	3.00	3
17	4	4	3	3	3.50	3
18	3	3	3	3	3.00	3
19	2	2	3	2	2.25	2
20	5	5	5	5	5.00	5
21	5	5	4	4	4.50	4
22	3	3	4	2	3.00	3
23	4	3	4	3	3.50	3
24	4	4	5	3	4.00	4
25	3	3	5	3	3.50	4
26	3	3	3	3	3.00	3
27	4	3	3	2	3.00	3
28	5	5	4	5	4.75	5
29	4	4	4	3	3.75	4
30	3	3	3	3	3.00	3
31	4	3	4	2	3.25	3
32	3	3	3	3	3.00	3
33	4	3	3	3	3.25	3
34	4	3	4	2	3.25	3
35	3	3	3	3	3.00	3
36	3	3	3	3	3.00	3
37	4	3	3	3	3.25	3
rata-rata	3.62	3.27	3.46	2.97	3.33	3

Hasil Tabulasi Keunggulan/ Daya Saing (Y)

No	Kemampuan Perusahaan Memperoleh Keuntungan
1	3
2	3
3	3
4	3
5	3
6	3
7	3
8	3
9	3
10	3
11	3
12	3
13	3
14	3
15	3
16	3
17	3
18	3
19	3
20	5
21	4
22	3
23	3
24	3
25	3
26	3
27	3
28	5
29	3
30	3
31	3
32	3
33	3
34	4
35	3
36	3
37	3
rata-rata	3.16

Lampiran 3

Hasil Tabulasi Penelitian Keunggulan/ Daya saing (Y), Modal Intelektual (X₁), Jalur Penciptaan Nilai (X₂), dan Manajemen Pengetahuan (X₃)

No	Y	X ₁	X ₂	X ₃
1	3	2	4	3
2	3	2	4	3
3	3	3	3	3
4	3	3	3	3
5	3	3	5	3
6	3	3	4	3
7	3	3	3	3
8	3	3	3	3
9	3	3	4	3
10	3	2	3	4
11	3	3	3	4
12	3	3	3	3
13	3	3	3	3
14	3	2	4	3
15	3	3	3	3
16	3	3	3	3
17	3	3	3	4
18	3	3	3	3
19	3	3	3	3
20	5	5	5	5
21	4	4	4	5
22	3	3	3	3

23	3	3	3	3
24	3	2	2	4
25	3	3	3	3
26	3	3	3	3
27	3	3	3	3
28	3	5	5	5
29	3	2	2	4
30	3	3	3	3
31	3	3	3	3
32	3	3	3	3
33	3	3	3	3
34	4	3	5	3
35	3	3	4	3
36	3	3	3	3
37	3	3	3	3

Ket :

- 5 = Sangat Penting
- 4 = Penting
- 3 = Sedang
- 2 = Tidak Penting
- 1 = Sangat Tidak Penting

Lampiran 4. Regression Linear Berganda

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keunggulan/ daya saing	3.16	.501	37
Modal Intelektual	2.97	.645	37
Jalur Penciptaan Nilai	3.43	.689	37
Manajemen Pengetahuan	3.30	.618	37

Correlations

	Keunggulan/ daya saing	Modal Intelektual	Jalur Penciptaan Nilai	Manajemen Pengetahuan
Pearson Correlation	Keunggulan/ daya saing 1.000	Keunggulan/ daya saing .788	Keunggulan/ daya saing .677	Keunggulan/ daya saing .738
	Modal Intelektual .788	1.000	Modal Intelektual .402	Modal Intelektual .509
	Jalur Penciptaan Nilai .677	.402	1.000	Jalur Penciptaan Nilai .342
	Manajemen Pengetahuan .738	.509	.342	1.000
Sig. (1-tailed)	Keunggulan/ daya saing .000	Keunggulan/ daya saing .000	Keunggulan/ daya saing .007	Keunggulan/ daya saing .019
	Modal Intelektual .000	1.000	Modal Intelektual .001	Modal Intelektual .019
	Jalur Penciptaan Nilai .000	.007	1.000	Jalur Penciptaan Nilai .019
	Manajemen Pengetahuan .000	.001	.019	1.000
N	Keunggulan/ daya saing 37	Keunggulan/ daya saing 37	Keunggulan/ daya saing 37	Keunggulan/ daya saing 37
	Modal Intelektual 37	1.000	Modal Intelektual 37	Modal Intelektual 37
	Jalur Penciptaan Nilai 37	.007	1.000	Jalur Penciptaan Nilai 37
	Manajemen Pengetahuan 37	.001	.019	1.000

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Manajemen Pengetahuan, Jalur Penciptaan Nilai, Modal Intelektual		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keunggulan/ daya saing

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	Sig. F Change
1	.940 ^a	.883	.872	.179	.883	83.065	.000
						3	33

a. Predictors: (Constant), Manajemen Pengetahuan, Jalur Penciptaan Nilai, Modal Intelektual

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	7,971	3	2,657	83,065	.000 ^a
Residual	1,056	33	.032		
Total	9,027	36			

a. Predictors: (Constant), Manajemen Pengetahuan, Jalur Penciptaan Nilai, Modal Intelektual

b. Dependent Variable: Keunggulan/ daya saing

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.190		.979	.335	-.205	.585
	Modal Intelektual	.345	.444	6,161	.000	.231	.459
	Jalur Penciptaan Nilai	.266	.366	5,541	.000	.168	.364
	Manajemen Pengetahuan	.314	.387	5,506	.000	.198	.429

Coefficients^a

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Modal Intelektual	.788	.731	.367	.682	1.466
	Jalur Penciptaan Nilai	.677	.694	.330	.813	1.231
	Manajemen Pengetahuan	.738	.692	.328	.718	1.392

a. Dependent Variable: Keunggulan/ daya saing

Coefficient Correlations^a

Model		Manajemen Pengetahuan	Jalur Penciptaan Nilai	Modal Intelektual
1	Correlations	1.000	-.175	-.432
	Jalur Penciptaan Nilai	-.175	1.000	-.282
	Modal Intelektual	-.432	-.282	1.000
	Covariances			
	Manajemen Pengetahuan	.003	.000	-.001
	Jalur Penciptaan Nilai	.000	.002	-.001
	Modal Intelektual	-.001	-.001	.003

a. Dependent Variable: Keunggulan/ daya saing

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Budi Darmawan dan biasa di panggil Budy terlahir dari pasangan Hasan Machmud dan Siti Nurhaeda. Penulis lahir di Sulawesi Tenggara, Kendari pada tanggal 06 Agustus 1983, lahir sebagai anak ke-5 dari 6 bersaudara. Pertama kali masuk pendidikan di SD Negeri 1 Kendari pada tahun 1990, lalu melanjutkan ke tingkat SLTP pada tahun 1996 di SLTP Negeri 2 Makassar, kemudian melanjutkan pendidikan di SLTA Negeri 1 Makassar pada tahun 1999. Setelah lulus dari SLTA penulis sempat melanjutkan pendidikan 1 tahun di Stimik Kharisma Makassar pada tahun 2002, setelah itu penulis mengikuti SPMB masuk Universitas Hasanuddin dan kemudian Lulus pada Fakultas Peternakan pada tahun 2003. Hingga Alhamdulillah Penulis sekarang berhasil mendapatkan gelar Sarjana Peternakan pada tahun 2008. Dalam keseharian penulis dikenal murah senyum, dan pandai bergaul. Penulis juga banyak aktif dalam kegiatan di kampus maupun diluar kampus. Adapun penulis pernah tercatat sebagai Asisten Dosen dan pengurus Himsena UH.