



JBK

Jurnal Bisnis & Kewirausahaan

Volume 17 Issue 3, 2021

ISSN (*print*) : 0216-9843

ISSN (*online*) : 2580-5614

Homepage : <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>

Peran Human Capital Dan Orientasi Kewirausahaan Pada Proses Internasionalisasi UKM Ekspor Di Bali

Ni Putu Ayu Darmayanti¹, Ni Putu Santi Suryantini², Ayu Desi Indrawati³, I Wayan Edi Arsawan⁴

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Indonesia

⁴ Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

¹ pt_ayudarmayanti@unud.ac.id

Abstract. The technological literacy of SMEs is increasing and changes in the global economy have a huge impact on SMEs, where these changes offer new opportunities for development, namely the opening of expansion to internationalization. However, the process of internationalizing news is not easy because there are problems which include insufficient knowledge of the market due to experience and information to introduce SME products to international markets. The purpose of this study is to examine the effect of human capital on the internationalization process of SMEs in Bali Province and to analyze the role of entrepreneurial orientation in moderating the influence of these two variables with the analysis technique used is Moderated Regression Analysis (MRA). The results showed that human capital had a significant effect on the internationalization process of export SMEs in Bali Province. The entrepreneurial orientation has a significant effect on the internationalization process of export SMEs but does not play a role as a moderating variable of the influence of human capital on the internationalization process of export SMEs in Bali Province. SME entrepreneurs must have a high level of human capital (ability, expertise, experience, knowledge) so that the internationalization process can be carried out according to the target. Export SMEs in Bali must also have the ability to take good risks, be proactive in carrying out assessments related to their business development, and be able to see the various opportunities or threats shown when SMEs carry out the internationalization process.

Keywords: *human capital, entrepreneurial orientation, internationalization, export, SMEs, Bali.*

ABSTRAK. Literasi teknologi dari para pelaku UKM semakin meningkat dan perubahan dalam ekonomi global memiliki dampak yang sangat besar bagi UKM, dimana perubahan tersebut menawarkan peluang baru untuk berkembang, yaitu terbukanya ekspansi untuk melakukan internasionalisasi. Proses internasionalisasi bukanlah hal yang mudah karena ada permasalahan yang dihadapi meliputi pengetahuan yang kurang tentang pasar karena kurangnya pengalaman dan informasi untuk memperkenalkan produk UKM ke pasar internasional. Tujuan penelitian ini adalah mengkaji pengaruh *human capital* pada proses internasionalisasi UKM di Provinsi Bali serta menganalisis peran orientasi kewirausahaan dalam memoderasi pengaruh kedua variabel tersebut dengan teknik analisis yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan *human capital* berpengaruh signifikan terhadap proses internasionalisasi UKM ekspor di Provinsi Bali. Orientasi kewirausahaan ditemukan berpengaruh signifikan terhadap proses internasionalisasi UKM ekspor namun tidak berperan sebagai variabel pemoderasi dari pengaruh *human capital* pada proses internasionalisasi UKM ekspor di Provinsi Bali. Para pelaku UKM harus memiliki tingkat *human capital* (kemampuan, keahlian, pengalaman, pengetahuan) yang tinggi agar proses internasionalisasi dilakukan sesuai target, mampu mengambil risiko dengan baik dan proaktif melakukan penjajagan terkait dengan perkembangan usahanya, serta mampu melihat berbagai peluang ataupun ancaman yang dihadapi ketika UKM melakukan proses internasionalisasi.

Kata Kunci: *human capital, orientasi kewirausahaan, internasionalisasi, ekspor, UKM, Bali*

PENDAHULUAN

Proses internasionalisasi bukanlah hal yang mudah bagi UKM karena ada permasalahan yang dihadapi meliputi pengetahuan yang kurang tentang pasar karena kurangnya pengalaman untuk memperkenalkan produk UKM ke pasar internasional (Cahyadi, 2015). Kurangnya informasi mengenai pasar potensial, membuat UKM enggan melakukan ekspansi yang berisiko sehingga hal ini mengakibatkan terhambatnya proses internasionalisasi, kurangnya infrastruktur penunjang, seperti lemahnya konektivitas transportasi dan *logistic system* sehingga menghambat pertumbuhan usaha di Indonesia, keterbatasan sumber daya manusia, dikarenakan kurangnya motivasi, tenaga kerja terampil dan berbakat, serta kemampuan untuk mengambil alih pengetahuan dan manajemen teknologi. Akibatnya UKM tidak mampu meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produknya. Tantangan lain yang dihadapi UKM ketika memasuki internasionalisasi adalah merujuk pada awal aktivitas internasional, kecepatan pertumbuhan internasional, atau kecepatan dan ritmenya. Jadi penggerak pertama bagi UKM adalah mendapatkan keuntungan, meningkatkan *learning curves* sehingga mempercepat akses *profit advantages* dibandingkan pesaing global (Zucchella et al., 2007)

Sebuah perusahaan yang berorientasi internasional pada dasarnya tidak terlahir begitu saja sebagai perusahaan internasional. Sebagaimana pada umumnya, perusahaan multinasional mengawali aktivitasnya dari negara asalnya (*home country*) yang kemudian berkembang ke pasar luar negeri (*host country*). Faktor yang mendorong terjadinya proses tersebut adalah globalisasi (Istanti & Maslichan, 2017), runtuhnya batas-batas antar negara (Johanson & Vahlne, 1990), munculnya negara-negara industri baru – NIC *newly industrial country* (Oviatt & McDougall, 2005), termasuk perkembangan teknologi maupun inovasi di berbagai bidang. Secara keseluruhan, berdasarkan definisi tersebut proses internasionalisasi meliputi : (1) Keluar masuknya produk, jasa maupun sumberdaya yang melewati batas suatu negara dimana perusahaan melakukan aktivitasnya (2) Sebagai konsekuensi poin nomor satu, terjadi transaksi lintas negara (3) Faktor pendorong adalah dari dalam (perusahaan memiliki orientasi pada pasar luar negeri) dan dari luar (lingkungan bisnis, khususnya globalisasi).

Beberapa penelitian telah mencoba untuk menentukan internasionalisasi perusahaan dengan memeriksa evolusi, struktur, dan proses hubungan antara karakteristik demografi, strategi, pasar, organisasi, produk, dan sikap, kombinasi dari langkah-langkah yang ada dan dikembangkan untuk menangkap multidimensi dari internasionalisasi. Dimensi internasionalisasi, mode operasi, pasar, waktu, produk, dan tingkat diukur dengan skala Likert dan biner (Ruzzier et al., 2007).

Internasionalisasi UKM telah membawa dampak yang serius pada upaya-upaya perbaikan kinerja internal UKM tersebut. Artinya peran penting manajerial dan organisasi dalam meningkatkan kinerja keuangan serta optimalisasi sumber daya merupakan sebuah keharusan. Menurut (Hughes et al, 2017) keterlambatan UKM dalam internasionalisasi karena tidak berbagi jalur yang sama dengan perusahaan *Born Globals* yang memiliki kinerja internasional yang tinggi. BG lebih mengandalkan intensitas kolaborasi serta pengetahuan dan pendidikan pasar internasional, sedangkan UKM dalam memunculkan *international performance* hanya mendasarkan pada *network-based* bukan *knowledge-based*. Hasil ini diperkuat oleh (Ginting, 2015) dimana internasionalisasi *Small Medium Industries* memanfaatkan *open source* yang melibatkan pihak eksternal dengan memanfaatkan sumber daya jaringan (*network resources*).

Dalam *knowledge based view*, perusahaan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya baik insani maupun non-insani. Basis pengetahuan perusahaan mencakup kompetensi teknologinya serta pengetahuannya tentang kebutuhan pelanggan dan kemampuan pemasok. Kompetensi ini mencerminkan keterampilan dan pengalaman individu serta cara-cara khas dalam melakukan sesuatu di dalam perusahaan. Menurut Pereira dan Bamel (2021) dalam mengembangkan keunggulan kompetitif, perusahaan

menggunakan sumber daya dan kompetensi berbasis pengetahuan. Dalam pandangan berbasis pengetahuan, manajemen strategis perusahaan diwujudkan oleh *intellectual capital* (Bontis, 2015). Kesuksesan perusahaan saat ini lebih tergantung pada aset tak berwujud dibandingkan dengan aset berwujud. Sumber daya tak berwujud merupakan sumber daya yang tak terlihat serta berhubungan dengan pengetahuan dan kompetensi karyawan, hubungan pelanggan, hubungan dengan pemangku kepentingan lainnya, budaya organisasi, kondisi kerja, nilai, kekayaan intelektual dan merek.

Beberapa penelitian menemukan hasil yang tidak konsisten dari dimensi *intellectual capital*. Soewarno & Tjahjadi, (2020) mengemukakan dimensi *intellectual capital* terdiri dari *human capital*, *structural capital*, *innovation capital* dan *capital employed*. Chowdhury et al (2018) mengukur *intellectual capital* dengan *human capital*, *structural capital* dan *relational capital*. Ramirez et al (2020) dalam penelitiannya mengenai *intellectual capital* menggunakan *human capital* dan *structural capital* sebagai pengukuran *intellectual capital*. Ozkan et al (2017) mengungkapkan bahwa kinerja *intellectual capital* umumnya dipengaruhi oleh *human capital*. Hal ini menguatkan ungkapan (Li & Chang, 2010), bahwa human capital merupakan sentral dari *intellectual capital*. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini memfokuskan *intellectual capital* pada *human capital* untuk melihat kontribusi dan peran sumber daya manusia dalam mewujudkan internasionalisasi UKM.

Human capital menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan UKM dalam melakukan kegiatan ekspansinya ke pasar internasional. *Human capital* mengacu pada berbagai keterampilan dan pengetahuan berharga seseorang yang telah terakumulasi dari waktu ke waktu (Ruzzier et al., 2007). Modal manusia diharapkan dapat menciptakan proses yang efisien dan produk atau layanan baru (Soewarno and Tjahjadi, 2020), yang dapat membantu UKM dalam mewujudkan internasionalisasi. Hal ini mendukung temuan (Onkelinx et al., 2016), bahwa investasi tingkat perusahaan dalam modal manusia karyawan sangat penting untuk produktivitas tenaga kerja dan internasionalisasi.

Karakteristik paling penting dalam *human capital* adalah sifat perwujudannya pada orang. Para penggiat UKM memanfaatkan *human capital* yang mereka miliki (pengetahuan, keterampilan, dan nilai) untuk memajukan kepentingan organisasi. Unge et al., (2011) melakukan studi meta analistik yang telah mengintegrasikan hasil penelitian selama 3 dekade berkaitan dengan pengaruh *human capital* dalam kegiatan kewirausahaan. Hasil penelitiannya menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *human capital* dan kesuksesan tetapi hubungan tersebut lemah. Untuk itu disarankan menyertakan variabel moderasi untuk melihat pengaruh *human capital* terhadap kesuksesan seorang wirausaha, termasuk didalamnya adalah keberhasilannya dalam kegiatan internasionalisasi. Hal ini menjadi celah riset yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan memasukkan variabel moderasi untuk memperkuat atau memperlemah hubungan ataupun pengaruh kedua variabel tersebut.

Hasil temuan Ipsmiller & Dikova (2021) menyatakan bahwa pemahaman terhadap proses keputusan internasionalisasi diperkuat oleh teori dan konsep kewirausahaan. Hasil ini menegaskan bahwa dalam memperdalam konsep internasionalisasi, UKM memerlukan pengetahuan kewirausahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini menggunakan kewirausahaan sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara *human capital* dan internasionalisasi UKM.

Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh UKM. Perkembangan dalam bidang manajemen strategik mengalami pergeseran pada proses kewirausahaan, yang mana metode, praktik, dan gaya pengambilan keputusan manajer menggunakan tindakan kewirausahaan. Sebelumnya, studi orientasi kewirausahaan merupakan konsep manajemen kewirausahaan, merefleksikan proses, metode, dan gaya organisasional bertindak secara kewirausahaan (Mourougane, 2012). Oleh karena itu perusahaan yang ingin meningkatkan keberhasilan kewirausahaan korporat harus berorientasi kewirausahaan (Lumpkin & Dess, 1996). Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh *human capital* terhadap proses internasionalisasi, serta mengkaji peran moderasi orientasi

kewirausahaan pada pengaruh *human capital* dan internasionalisasi UKM ekspor di Bali.

Dimensi spesifik dari orientasi kewirausahaan yaitu *innovativeness*, *proactiveness* dan *risk taking* (Jane, 2012). Pertama, *innovativeness* adalah kesediaan memperkenalkan corak baru (*newness*) dan sesuatu yang baru (*novelty*) melalui proses eksperimentasi dan kreatifitas yang ditujukan untuk pengembangan produk dan jasa baru maupun proses baru. Kedua, keproaktifan adalah karakteristik prospektif yang memandang ke depan (*forwardlooking*) yang memiliki tinjauan masa depan (*foresight*) untuk mencari peluang dalam mengantisipasi permintaan mendatang. Terakhir, keberanian berisiko merupakan kesediaan perusahaan memutuskan dan bertindak tanpa pengetahuan yang pasti dari kemungkinan pendapatan dan mungkin melakukan spekulasi dalam resiko personal, finansial dan bisnis (Lumpkin & Dess, 1996).

Penelitian-penelitian terdahulu menemukan hasil yang bervariasi dalam mengukur dimensi-dimensi *human capital*, orientasi kewirausahaan, dan internasionalisasi UKM, serta belum adanya kejelasan keterkaitan antara ketiga variabel tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memperjelas proses internasionalisasi UKM yang terkait dengan *human capital* dan orientasi kewirausahaan, memperdalam kajian terhadap peran *human capital* dalam peningkatan *market share* serta daya saing UKM berskala internasional/global, serta mengungkap peran orientasi kewirausahaan dalam menunjang peran *human capital* terhadap internasionalisasi UKM.

Human capital menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan UKM dalam melakukan kegiatan ekspansinya ke pasar internasional. Dalam hubungannya dengan internasionalisasi, *human capital* mengandung pengetahuan, keterampilan, telenta, dan pengalaman yang telah digunakan untuk memberikan *value* bagi perusahaan (Widiastuti & Sulistyandari, 2013). Dalam proses internasionalisasi UKM, investasi terhadap *human capital* sangat diperlukan karena meningkatkan produktivitas selama periode waktu yang lama serta mempercepat skala internasionalisasi (*number of foreign markets* dan *percent foreign sales*) (Onkelinx et al., 2016).

Human capital mengacu pada berbagai keterampilan dan pengetahuan berharga seseorang yang telah terakumulasi dari waktu ke waktu (Ruzzier et al., 2007). *Human capital* memiliki peran yang sangat signifikan terhadap peningkatan kinerja UKM. Karakteristik individu, pemahaman tentang kondisi organisasi, dan motivasi untuk maju merupakan dimensi dari *human capital* yang dapat meningkatkan kinerja UKM (Wu et al., 2008). Beberapa penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa *human capital* adalah salah satu faktor penting dalam proses internasionalisasi UKM, karena dengan pengetahuan, pengalaman, keahlian, dan kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya perusahaan akan memudahkan UKM untuk melakukan proses internasionalisasi (Javalgi & Todd, 2011), (Yuhua & Bayhaqi, 2013), (Goxe, 2010), (Bank Indonesia, 2015). Berdasarkan uraian tersebut di atas maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut.

H₁ : *human capital* berpengaruh positif signifikan terhadap proses internasionalisasi UKM.

Sebuah studi dilakukan di Korea meneliti bagaimana tiga dimensi orientasi kewirausahaan (proaktif, inovatif, dan pengambilan risiko) masing-masing menentukan strategi internasionalisasi dan kinerja internasional (dilihat dari ruang lingkup, skala, dan kinerja) dari UKM dengan variabel kemampuan pemasaran sebagai variabel mediasi (Zehir et al., 2016). Hasil risetnya menemukan bahwa dimensi proaktif dan inovatif berfungsi sebagai anteseden kemampuan pemasaran yang signifikan. Kemudian, kemampuan pemasaran mempengaruhi ruang lingkup internasionalisasi dan meningkatkan kinerja keuangan UKM Korea, tetapi tidak mempengaruhi skala usaha. Peran mediasi kemampuan pemasaran dalam hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM bervariasi berdasarkan dimensi orientasi kewirausahaannya. Riset serupa yang mengkaji pengaruh independen dari dimensi kewirausahaan, yaitu inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko

terhadap kemampuan UKM memperluas cakupannya pasar internasional. Dalam riset-riset tersebut ditemukan bahwa orientasi kewirausahaan membantu atau merintangai wirausaha dalam proses internasionalisasi (Arteaga-Ortíz et al., 2010), (Bumkemper, 2016).

Seorang wirausahawan dapat mengkompensasi kekurangan dalam pengalaman dan sumber daya dapat menjelaskan kecenderungan internasionalisasi suatu UKM (Wasowska, 2019). Dipertegas lagi oleh Ipsmiller & Dikova (2021) bahwa proses keputusan internasionalisasi diperkuat oleh teori dan konsep kewirausahaan. Dalam penelitiannya, Dimov (2017) menegaskan bahwa kontruksi *human capital* diperlukan dalam orientasi kewirausahaan karena mewakili kumpulan pengetahuan dan keterampilan yang berasal dari pendidikan serta pengalaman dari seorang wirausahawan. Dari studi empiris tersebut dapat dilihat peran penting orientasi kewirausahaan dalam memperkuat hubungan antara *human capital* dan proses internasionalisasi UKM. Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini melihat peran moderasi orientasi kewirausahaan pada hubungan antara *human capital* dengan proses internasionalisasi UKM.

H₂ : orientasi kewirausahaan memoderasi pengaruh *human capital* pada proses internasionalisasi UKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan mengkaji pengaruh *human capital* pada proses internasionalisasi UKM serta peran orientasi kewirausahaan memoderasi pengaruh kedua variabel tersebut di Kabupaten Badung. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen penelitian yaitu kuisisioner dan wawancara yang berkaitan dengan variabel penelitian. Desain penelitian diawali dengan penetapan tujuan penelitian berdasarkan *research gap*, *literature gap* serta fenomena. Langkah berikutnya adalah mengkaji teori serta variabel terkait dari *empirical study*, yang dilanjutkan dengan penentuan metode penelitian (penentuan lokasi, sampel, unit analisis serta teknik analisis) serta analisis data dan interpretasi data. Analisis data menggunakan MRA (*Moderated Regression Analysis*).

Adapun identifikasi variabel dalam penelitian ini, variabel *human capital* sebagai variabel independen (X), internasionalisasi UKM sebagai variabel dependen (Y), dan orientasi kewirausahaan sebagai variabel moderasi (M). Untuk memudahkan mengukur dan menganalisis data penelitian, maka setiap variabel memiliki dimensi ataupun indikator yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Internasionalisasi UKM, yaitu proses pengembangan usaha yang dilakukan oleh seorang penggiat UKM yang berorientasi pada pasar luar negeri/internasional/global. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini yaitu : waktu, modus dan pasar, tingkat/derajat penguasaan pasar, dan produk (Ruzzier et al., 2007).

Human capital, yaitu segala kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan yang dimiliki oleh wirausaha UKM untuk dapat mengembangkan kegiatan bisnisnya lebih luas ke pasar global. Dimensi yang digunakan untuk mengukur variabel ini yaitu : orientasi internasional, persepsi terhadap risiko, keterampilan bisnis internasional, dan *management know-how* (Ruzzier et al., 2007). Orientasi kewirausahaan, yaitu kemampuan wirausaha untuk . Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini yaitu : inovasi, proaktif, kreativitas, keberanian mengambil risiko.

Instrumen penelitian adalah kuisisioner dan wawancara mendalam. Responden penelitian adalah para pelaku UKM sebanyak 170 UKM ekspor yang terdaftar di Kabupaten Badung menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Kuisisioner terkait terkait dengan karakteristik demografi responden, *human capital*, orientasi kewirausahaan, dan proses internasionalisasi UKM.

Wawancara dilakukan untuk mendalami hasil penelitian dengan mengumpulkan informasi yang relevan dengan hasil penelitian.

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data yang telah terkumpul, sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang hasil penelitian. Analisis deskriptif terutama dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik demografi responden, gambaran umum

wilayah penelitian dan persepsi responden berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu *human capital*, orientasi kewirausahaan, dan internasionalisasi UKM.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi dengan variabel moderasi. Melalui suatu model regresi juga dapat diketahui peran suatu variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji moderasi yang akan digunakan adalah uji interaksi antara variabel yaitu *moderated regression analysis* (MRA).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran orientasi kewirausahaan dalam memoderasi pengaruh *human capital* pada proses internasionalisasi UKM ekspor di Bali. Perkembangan UKM di Provinsi Bali dalam beberapa tahun terakhir dikatakan fluktuatif dari segi jumlah, pertumbuhan, jumlah tenaga kerja, pertumbuhan tenaga kerja, nilai ekspor dan pertumbuhan nilai ekspor. Dilihat dari sisi jumlah, UKM di Provinsi Bali mengalami peningkatan dari tahun ke tahun tetapi jika dilihat dari tingkat pertumbuhan maka bisa dikatakan fluktuatif dimana pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2018 dengan 2,62 persen sedangkan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2015 dengan 2,29 persen, seperti terlihat pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Pertumbuhan jumlah usaha UKM pada Provinsi Bali

Keterangan	Tahun			
	2015	2016	2017	2018
Jumlah Usaha	59.267.759	60.626.547	62.928.077	64.580.606
Persentase		0,0229	0,0380	0,0263

Sumber: bali.bps.go.id

Selanjutnya jika diamati dari penyerapan tenaga kerja sektor UKM mengalami penurunan yang sangat signifikan di tahun 2016, dan mulai meningkat Kembali ditahun 2017-2018. Peningkatan penyerapan tenaga kerja dari tahun 2016-2018 mengalami penurunan yang sangat signifikan di tahun 2016 dan mencapai 8, 75%, dan mulai mengalami pertumbuhan di tahun 2017 lagi sebesar 3, 43% dibandingkan tahun 2016, seperti terlihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Pertumbuhan penyerapan tenaga kerja UKM pada Provinsi Bali 2015-2018

Keterangan	Tahun			
	2015	2016	2017	2018
Tenaga Kerja	127.423.438	116.273.356	120.260.177	120.598.138
Persentase		-0,0875	0,0343	0,0028

Sumber: bali.bps.go.id

Pertumbuhan ekspor non migas mengalami peningkatan dari tahun 2015-2017, tetapi menurun sangat signifikan sebesar 1,4 persen ditahun 2018 seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Pertumbuhan Ekspor non migas UKM pada Provinsi Bali 2015-2018

Keterangan	Tahun			
	2015	2016	2017	2018
Tingkat Ekspor non migas	1.182.643,00	1.774.626,90	2.073.824,90	2.044.490,80
Persentase		0,5005601	0,16859769	-0,01414493

Sumber: bali.bps.go.id

Hal ini mengindikasikan bahwa terjadi penurunan ekspor non migas Provinsi Bali padahal penyerapan tenaga kerja sudah mulai bertumbuh di tahun 2018. Jika UKM tidak dapat memulihkan pertumbuhan ekspor, maka risiko yang muncul adalah terjadinya penurunan penyerapan tenaga kerja dikarenakan penurunan tingkat ekspor. Hal ini menandakan bahwa UKM serta pemerintah daerah provinsi Bali harus menemukan cara dalam meningkatkan nilai ekspor UKM jika ingin mempertahankan kinerja ekspor kedepannya. terus bisa ditingkatkan. Pertumbuhan nilai ekspor UKM dan penyerapan tenaga kerja diharapkan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Provinsi Bali.

Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan menggunakan alat pengumpulan data berupa instrument penelitian, dengan terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Menurut Sugiyono (2012) suatu instrument dikatakan valid apabila korelasi antara *factor score* setiap butir dengan skor total bernilai positif dan nilainya lebih dari 0,30 ($r > 0,3$). Hasil uji validitas dengan korelasi terkecil sebesar 0,544 dan korelasi yang terbesar yaitu 0,820 yang berarti bahwa instrumen penelitian ini valid. Suatu instrument dikatakan reliabel, apabila memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,60. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa ketiga instrumen penelitian yaitu *human capital*, orientasi kewirausahaan, dan internasionalisasi UKM ekspor Bali memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel (Sugiyono, 2012).

Pengujian data menggunakan *moderated regression analysis* dalam menguji peran variabel moderasi. Berdasarkan analisis data diperoleh nilai sig F = 0,000. Nilai ini lebih kecil dari nilai probabilitas = 0,05 yang berarti bahwa variabel *human capital*, orientasi kewirausahaan, dan variabel interaksi secara simultan memiliki pengaruh terhadap proses internasionalisasi UKM Ekspor di Bali. Dengan kata lain model atau persamaan penelitian dinilai layak/fit digunakan untuk menginterpretasikan hasil penelitian. Hasil ini juga didukung oleh nilai R^2 sebesar 0,492 yang menandakan bahwa sebesar 49,2 persen perubahan proses internasionalisasi UKM ekspor di Bali dipengaruhi oleh perubahan *human capital* dan orientasi kewirausahaan. Hasil analisis data disampaikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Data

	Model Summary
R square	0,429
Adj. R square	0,398
Std. Error of The Estimate	1,52006

Sumber : data diolah, 2020

Uji moderasi yang akan digunakan adalah uji interaksi antara variabel yang sering disebut dengan *moderated regression analysis* (MRA). Menggunakan MRA maka variabel bebas tidak ada hubungan dengan variabel moderasi, namun menjadi variabel independen yang ditunjukkan oleh perkalian dua atau lebih variabel independen. jika dibuat ke dalam persamaan regresi maka akan menjadi :

$$Y = \beta_1X + \beta_2M + \beta_3XM + \varepsilon \dots\dots\dots (1)$$

$$Y = -0,036 \text{ Human Capital} - 0,537 \text{ Orientasi Kewirausahaan} + 0,056 \text{ Interaksi}$$

Sig (0,973)

sig (0,642)

sig (0,473)

Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi diperoleh hasil nilai signifikansi variabel interaksi sebesar 0,473 lebih dari alpha 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan bukan variabel pemoderasi, sehingga variabel orientasi akan dianggap sebagai variabel bebas seperti biasanya.

Berdasarkan analisis data secara statistik membuktikan bahwa *human capital* berpengaruh signifikan positif terhadap proses internasional UKM ekspor di Bali dengan nilai koefisien regresinya 0,713. Hal ini menandakan semakin tinggi tingkat *human capital* yang dimiliki oleh UKM ekspor di Bali, maka semakin mudah dan baik proses

internasionalisasi yang dapat dilakukan. *Human capital* menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan UKM dalam melakukan kegiatan ekspansinya ke pasar internasional. Dalam hubungannya dengan internasionalisasi, *human capital* mengandung pengetahuan, keterampilan, talenta, dan pengalaman yang telah digunakan untuk memberikan *value* bagi perusahaan (Fletcher, 2004). *Human capital* mengacu pada berbagai keterampilan dan pengetahuan berharga seseorang yang telah terakumulasi dari waktu ke waktu (Ruzzier *et al.*, 2007).

Human capital memiliki peran yang signifikan terhadap peningkatan kinerja UKM. Karakteristik individu, pemahaman tentang kondisi organisasi, dan motivasi untuk maju merupakan dimensi dari *human capital* yang dapat meningkatkan kinerja UKM (Wu *et al.*, 2008). Studi meta analistik yang mengintegrasikan hasil penelitian selama 3 dekade berkaitan dengan pengaruh *human capital* dalam kegiatan kewirausahaan menyimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *human capital* dan kesuksesan (Unger *et al.*, 2011). Beberapa penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa *human capital* adalah salah satu faktor penting dalam proses internasionalisasi UKM, karena dengan pengetahuan, pengalaman, keahlian, dan kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya perusahaan akan memudahkan UKM untuk melakukan proses internasionalisasi (Javalgi & Todd, 2011), (Yuhua & Bayhaqi, 2013), (Goxe, 2010), (Bank Indonesia, 2015). Hasil penelitian ini mendukung temuan (Onkelinx *et al.*, 2016), bahwa investasi tingkat perusahaan dalam modal manusia karyawan sangat penting untuk produktivitas tenaga kerja dan internasionalisasi.

Berdasarkan analisis data secara statistik membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap proses internasionalisasi UKM ekspor di Provinsi Bali. Ini berarti bahwa semakin baik pemahaman orientasi kewirausahaan para penggiat UKM ekspor di Bali maka akan semakin memudahkan jalan mereka untuk melakukan proses internasionalisasi. Hasil ini mendukung riset-riset yang telah dilakukan sebelumnya (Arteaga *et al.*, 2010), (Bumkemper, 2016). Sebuah studi dilakukan di Korea meneliti bagaimana tiga dimensi orientasi kewirausahaan (proaktif, inovatif, dan pengambilan risiko) masing-masing menentukan strategi internasionalisasi dan kinerja internasional (dilihat dari ruang lingkup, skala, dan kinerja) dari UKM dengan variabel kemampuan pemasaran sebagai variabel mediasi. Kemampuan pemasaran mempengaruhi ruang lingkup internasionalisasi dan meningkatkan kinerja keuangan UKM Korea, tetapi tidak mempengaruhi skala usaha (Zehir *et al.*, 2016). Peran mediasi kemampuan pemasaran dalam hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM bervariasi berdasarkan dimensi orientasi kewirausahaannya.

Berdasarkan analisis data secara statistik diperoleh hasil bahwa orientasi kewirausahaan bukan sebagai variabel pemoderasi dari pengaruh *human capital* pada proses internasionalisasi UKM ekspor di Bali. Hal ini menandakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak mampu secara signifikan memperkuat pengaruh *human capital* pada proses internasionalisasi UKM ekspor di Provinsi Bali. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang melakukan riset serupa (Arteaga *et al.*, 2010), (Bumkemper, 2016), dengan demikian sesuai hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *human capital* yang dimiliki oleh UKM tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya orientasi kewirausahaan UKM ekspor di Bali.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil analisis data, maka diperoleh beberapa simpulan, yaitu *human capital* berpengaruh signifikan terhadap proses internasionalisasi UKM ekspor di Provinsi Bali. Orientasi berpengaruh signifikan terhadap proses internasionalisasi UKM ekspor di Provinsi Bali, namun orientasi kewirausahaan tidak berperan sebagai variabel pemoderasi dari pengaruh *human capital* pada proses internasionalisasi UKM ekspor di Provinsi Bali. Para pelaku UKM harus memiliki tingkat *human capital* (kemampuan, keahlian, pengalaman, pengetahuan) yang tinggi agar

proses internasionalisasi dapat dilakukan sesuai dengan target. UKM ekspor di Bali juga harus memiliki kemampuan mengambil risiko dengan baik, proaktif melakukan penjangjagan-penjangjagan terkait dengan perkembangan usahanya, serta mampu melihat berbagai peluang ataupun ancaman yang dihadapi ketika UKM melakukan proses internasionalisasi.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan variabel-variabel lain selain *human capital* dan orientasi kewirausahaan yang diprediksi mampu mempengaruhi proses internasionalisasi UKM Ekspor di Bali, seperti adanya dukungan pemerintah dalam proses ekspor yang dilakukan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar dilakukannya pelatihan peningkatan kemampuan bersaing dan motivasi serta penyuluhan-penyuluhan dengan tujuan meningkatnya motivasi UKM di Bali agar dapat berhasil dalam proses internasionalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ortiz, J.A., Ortiz, R.F. (2010). Measurement Scale ? An Empirical Analysis in Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Small Business Management* 2010, 48(3), 395–420.
- Bumkemper, A. C. (2016). *The Influence of Human and Social Capital and Firm's Entrepreneurial Orientation on Corporate Entrepreneurship*. University of Missouri kansas City.
- Cahyadi, I. (2015). Tantangan Internasionalisasi UKM Di Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Kajian*, 20(9), 129–143.
- Dimov, D. (2017). Towards a qualitative understanding of human capital in entrepreneurship research. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(2), 210–227. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2016-0016>
- Fletcher, D. (2004). International entrepreneurship and the small business. *Entrepreneurship and Regional Development*, 16(4), 289–305. <https://doi.org/10.1080/0898562042000263267>
- Ginting, G. (2015). Open Innovation Model: Empowering Entrepreneurial Orientation and Utilizing Network Resources as Determinant for Internationalization Performance of Small Medium Agroindustry. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3, 56–61. <https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2015.01.013>
- Goxe, F. (2010). Human and social capital interplay among internationalizing SMEs. *Journal of Knowledge-Based Innovation in China*, 2(1), 73–88. <https://doi.org/10.1108/17561411011031990>
- Hughes, M., Cesinger, B., Cheng, C. F., Schuessler, F., & Kraus, S. (2017). A configurational analysis of network and knowledge variables explaining Born Globals' and late internationalizing SMEs' international performance. *Industrial Marketing Management*, 80, 172–187. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.12.001>
- Indonesia, B. (2015). *Pemetaan dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi MEA 2015 dan Pasca MEA 2015*.
- Ipsmiller, E., & Dikova, D. (2021). Internationalization from Central and Eastern Europe: A systematic literature review. *Journal of International Management*, 27(4) 100862. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2021.100862>
- Istanti, S. L. W., & Maslichan. (2017). Peran human capital untuk meningkatkan kinerja ukm pertambangan di kabupaten rembang, *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 133–142.
- Jane, O. (2012). Proses internasionalisasi perusahaan : Desain strategi & organisasi (studi kasus UKM di Kota Bandung). *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Katolik Prahayangan*, 1–55.
- Javalgi, R. G., & Todd, P. R. (2011). Entrepreneurial orientation, management commitment, and human capital: The internationalization of SMEs in India. *Journal of Business Research*, 64(9), 1004–1010. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.11.024>
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1990). The mechanism of internationalisation. In *International Marketing Review*, 7(4). <https://doi.org/10.1108/02651339010137414>
- Li, Q., & Chang, C. (2010). The customer lifetime value in Taiwanese credit card market. *African Journal of Business Management*, 4(5), 702–709.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Mourougane, A. (2012). Promoting SME development in Indonesia. *OECD Economics Department Working Papers*, (995), 39. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1787/5k918xk464f7-en%5CnOECD>

- Onkelinx, J., Manolova, T. S., & Edelman, L. F. (2016). The human factor: Investments in employee human capital, productivity, and SME internationalization. *Journal of International Management*, 22(4), 351–364. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2016.05.002>
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(5), 537–554. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00097.x>
- Ruzzier, M., Antoncic, B., Hisrich, R. D., & Konecnik, M. (2007). Human capital and SME internationalization: A structural equation modeling study. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 24(1), 15–29. <https://doi.org/10.1002/cjas.3>
- Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341–358. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004>
- Wasowska, A. (2019). Social-cognitive antecedents of new venture internationalization: The role of entrepreneur intention, self-efficacy, and positive orientation. *Baltic Journal of Management*, 14(3), 462–479. <https://doi.org/10.1108/BJM-09-2018-0325>
- Widiastuti, E., & Sulistyandari. (2013). Peningkatan daya saing UKM melalui peran modal intelektual dan kinerja keuangan. *Journal&Proceeding feb Unsuoed*, 3(1).
- Wu, W. Y., Chang, M. L., & Chen, C. W. (2008). Promoting innovation through the accumulation of intellectual capital, social capital, and entrepreneurial orientation. *R and D Management*, 38(3), 265–277. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2008.00512.x>
- Yuhua, Z., & Bayhaqi, A. (2013). SME's participation in global product chains. *Asia Pasific Economic Cooperation*, 1–52.
- Zehir, C., Gurol, Y., Karaboga, T., & Kole, M. (2016). Strategic Human Resource Management and Firm Performance: The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 372–381. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.045>
- Zucchella, A., Palamara, G., & Denicolai, S. (2007). The drivers of the early internationalization of the firm. *Journal of World Business*, 42(3), 268–280. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.008>