

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	7
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Pertanyaan Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Kegunaan Penelitian	13
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	13
1.7.1 Batasan Penelitian	13
1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian	13
1.7.3 Waktu dan Periode Penelitian	13
1.8 Sistematika Penulisan	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN.....16

2.1 Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)16

2.2 Kriteria UMKM17

2.3 Definisi *Intellectual Capital*.....18

2.4 Komponen *Intellectual Capital*.....18

 2.4.1 *Human Capital*18

 2.4.2 *Structural Capital/Organizational Capital*19

 2.4.3 *Customer Capital/Relational Capital*19

 2.4.4 Faktor – Faktor IC20

2.5 Penelitian Terdahulu22

2.6 Kerangka Pemikiran.....33

BAB III METODE PENELITIAN34

3.1 Jenis Penelitian.....34

3.2 *Instrument* Pertanyaan.....34

3.3 Tahap Penelitian.....37

3.4 Narasumber38

3.5 Pengumpulan Data39

 3.5.1 Data Primer39

 3.5.2 Data Sekunder39

 3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....39

3.6 Uji Validitas40

 3.6.1 Uji Kredibilitas.....40

 3.6.2 Uji *Transferability*.....40

3.6.3 Uji <i>Dipendability</i>	40
3.6.4 Uji <i>Confirmability</i>	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Teknik Analisis Data <i>QQS Assessment</i>	41
3.7.2 Teknik Analisis Data <i>Impact Analysis</i>	42
3.7.3 Teknik Analisis Data <i>Management IC Portofolio</i>	42
BAB IV PEMBAHASAN.....	45
4.1 Karakteristik Narasumber	45
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 <i>Analysis IC Factor</i>	47
a. <i>Professional Competence</i>	47
b. <i>Social Competence</i>	49
c. <i>Employee Motivation</i>	51
d. <i>Leadership Ability</i>	53
e. <i>Corporate Culture</i>	55
f. <i>Internal Co-Operation and Knowledge Transfer</i>	57
g. <i>Management Instrument</i>	58
h. <i>Information System</i>	61
i. <i>Product Innovation</i>	63
j. <i>Process Innovation</i>	64
k. <i>Customer Relationship</i>	66
l. <i>Supplier Relationship</i>	68
m. <i>Relation to Co-Operation Partner</i>	70
n. <i>Public Relationship</i>	72

o. <i>Investor Relationship</i>	73
4.2.2 <i>QQS Assessment</i>	75
4.2.3 <i>Strengths and Weakness</i>	82
4.2.4 <i>Impact Factor</i>	84
4.2.5 <i>Management Portofolio</i>	87
4.3 <i>Pembahasan Hasil Penelitian</i>	89
4.3.1 <i>Faktor IC pada Sentra Industri Tahu Cibuntu Bandung</i>	89
4.3.2 <i>Menginterpretasikan Hasil</i>	94
a. <i>Strengths and Weakness Analysis</i>	94
b. <i>Impact Analysis</i>	100
c. <i>Identify Field of Intervention</i>	101
4.3.3 <i>Strategy</i>	103
BAB V KESIMPULLAN DAN SARAN	108
5.1 <i>Kesimpulan</i>	108
5.2 <i>Saran</i>	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	