



**ANALISIS PENGARUH DIMENSI MODAL INTELEKTUAL TERHADAP KINERJA
PELAYANAN PERGURUAN TINGGI DI KALIMANTAN TENGAH**

Oleh

Usup Riassy Christa¹⁾ & Roby Sambung²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya

Jl. Hendrik Timang No. 17, Palangka Raya-Kalimantan Tengah, Indonesia

Email: [1usupriassy.christa@feb.upr.ac.id](mailto:usupriassy.christa@feb.upr.ac.id)

Abstract

Research in the field of management to improve the performance of higher education services during a pandemic requires service human resources to quickly act effectively and efficiently in resource management. Getting customer satisfaction from services is a benchmark for universities to optimize capabilities and expertise that are carried out online with employees' intellectual capital. This study was analyzed quantitatively using SPSS 24.0 statistical tools on 250 state university students in Central Kalimantan, and the result is that the dimensions of intellectual capital are positive and significantly improve service performance by 69.2% of the human capital variable. 63,3% of the capital structure variable. and 71.3% of the relational capital variable. The resulting service performance will enhance the university's reputation that is reliable and has an organizational culture in terms of responsiveness, responsibility, effectiveness and reliability. The implication of this research is to prioritize maximum service and service performance in order to always create a good relationship between service users and the community in general.

Keywords: Intellectual Capital Dimensions, Human Capital, Capital Structure, Relational Capital & Service Performance

PENDAHULUAN

Kinerja pelayanan saat ini menuntut banyak perubahan yang dipengaruhi lingkungan. Setiap arah perubahan yang dilakukan harus sesuai kemampuan organisasi untuk menyesuaikan kebutuhan konsumen, seperti kenyamanan, kepercayaan, kecepatan serta keramahan dalam pelayanan jasa. Setiap konsumen menghendaki pelayanan yang maksimal dari setiap pelayanan yang berikan [1,5]. Persaingan antar usaha sejenis yang semakin berkembang dengan ditandai tingginya tingkat perubahan dari lingkungan masyarakat saat ini seperti menggunakan komunikasi dengan teknologi. Upaya untuk mempertahankan usaha serta pelanggannya, maka tingkat kualitas pelayanan harus diperhatikan dan konsisten. Dengan kata lain semakin baiknya kualitas pelayanan semakin tinggi kepercayaan konsumen yang setia dan semakin tinggi hasil yang diperoleh usaha. Tingkat kebutuhan dan kepentingan pelanggan terhadap jasa yang mereka terima dapat dibentuk

berdasarkan pengalaman, saran yang mereka peroleh serta kepercayaan yang dirasakan sebelumnya.

Pelanggan memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan yang di perguruan tinggi, sangat membutuhkan kejelasan informasi dan pengalaman yang dirasakan ketika melakukan interaksi sesuai kebutuhan [2-4]. Setelah pelanggan merasakan jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang pelanggan nikmati ternyata berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, para pelanggan akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut, sehingga berdampak menurunnya pendapatan usaha [3,7]. Pada penelitian mengenai kinerja yang menurun menyatakan karena kurangnya *social capital* dari *human resources* dan *organizational capital* karena kurangnya intelektual yang dimiliki pemberi jasa layanan. Konsumen memiliki kenangan dari pengalaman atau menerima pelayanan, yang tidak bisa



diberikan kepada orang lain, tetapi dapat disampaikan ke orang lain. Tujuan penyelenggaraan pelayanan adalah pengalaman yang memberikan kepercayaan antar konsumen dan pemberi layanan, kepuasan setiap konsumen dan setiap kontak adalah suatu yang dianggap berbeda dalam jasa pelayanan di perguruan tinggi [6,9].

Usaha yang bergerak dibidang jasa memiliki pelanggan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal [1,7,11]. Pelanggan internal adalah mereka yang terkena dampak dari pelayanan yang diberikan dan merupakan anggota organisasi yang menghasilkan pelayanan tertentu [5-9]. Pelanggan eksternal adalah mereka yang terkena dampak dari pelayanan, tetapi bukan anggota organisasi penghasil pelayanan, pelanggan eksternal adalah masyarakat. Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat [8-11]. Metode pengelolaan kinerja dengan *Knowledge Based View* (KBV) untuk mendukung manajemen terstruktur agar mendapatkan hasil yang maksimal dengan capaian tujuan individu dan organisasi dalam kinerja sebagai bentuk keberhasilan [6,12].

Bentuk pengelolaan manajemen terstruktur pada organisasi yang secara efektif dan efisien selaras untuk meningkatkan kinerja dengan teori KBV dapat menjadikan usaha pelayanan meningkat dengan dimensi modal intelektual [14-15]. Formulasi pengelolaan sumber daya yang dilakukan untuk mencapai kinerja lebih baik, memiliki kekuatan dan kelemahan dalam sumber daya usaha seperti human resources dan organisasional capital [16-19]. Berdasarkan hal itu, kondisi kinerja dalam pelayanan merupakan poin utamanya ialah menjaga hubungan dengan konsumen (pengguna dan pemakai) untuk

mendorong ukuran keberhasilan visi misi organisasi. Suatu pelayanan terjadi disuatu saat tertentu, ini tidak dapat disimpan atau dikirimkan seperti barang contohnya [3,17]. Pada usaha jenis jasa jika terjadi kesalahan, satu-satunya cara dapat dilakukan oleh karyawan adalah dengan meminta maaf dan segera memperbaiki kesalahan tersebut. Sehingga, usaha jasa sangat mengutamakan modal intelektual karyawan dan moral karyawan untuk kelancaran pemberian pelayanan efisien dan efektif [5,10,18]. Implikasi penelitian ini berdasarkan teori KBV, sebagai pengetahuan relevan karyawan dari dimensi modal intelektual untuk meningkatkan kinerja pelayanan perguruan tinggi negeri di Kalimantan Tengah, sehingga usaha bidang jasa didunia Pendidikan seperti PTN tetap diminati pelanggan internal dan pelanggan eksternal.

LANDASAN TEORI

Teori penelitian ini berbasis sumberdaya dan pengelolaan manajemen, maka dari itu teori *knowledge based view* merupakan perpanjangan dari resource based view [12,14]. Sehingga penelitian ini mengadopsi *knowledge based view* menjadi eksistensi baru dari pandangan berbasis sumber daya (RBV) organisasi meningkatkan kinerja pelayanan. Peran KBV membangun keterlibatan sumber daya manusia sehingga memungkinkan organisasi beradaptasi dengan permasalahan organisasi dan memecahkannya dari pengetahuan yang dimiliki organisasi atau perusahaan tersebut [12,20]. Penerapan teori dalam kinerja pelayanan dari dimensi intelektual capital menjadi sasaran dalam penelitian yang diukur berdasarkan dimensi dan indikator.

Kinerja Pelayanan

Kinerja pelayanan adalah ukuran prestasi yang dihasilkan aktifitas bisnis dan menguntungkan usaha. *profitability* yang diperoleh dari aktifitas secara menyeluruh dengan berbasis sumber daya harus didukung pengetahuan seperti di peroleh dari *knowledge based view* [5,6,20]. Semakin efektif dan efisien sumber daya dalam organisasi maka akan berdampak meningkatnya kinerja pelayanan. Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh



.....
seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika. Mengusulkan bahwa paling tidak ada tiga konsep yang dapat digunakan sebagai indikator kinerja organisasi pemerintah yaitu, *responsibility* (responsibilitas), *responsiveness* (responsif) dan *accountability* (akuntabilitas) [5,7-11]. Dalam mengukur kinerja organisasi (bersifat publik) disesuaikan dengan tugas dan fungsi yang dijalankan. Selanjutnya dikatakan bahwa indikator kinerja yang komprehensif karena mencakup dimensi-dimensi: kualitas layanan, produktivitas, responsivitas, responsibilitas, dan akuntabilitas [6]. Pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari suatu pihak ke pihak lain. Pelayanan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Dalam meningkatkan kinerja pelayanan maka diperlukan indikator berikut:

1. *Responsiveness*

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas [2]. Kesalahan pelayanan yang paling sering ialah membiarkan konsumen menunggu dan membiarkan berkembangnya persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera, maka diperlukan pengetahuan yang baik [3,7]. Setiap karyawan dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari karyawan untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas

berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya.

2. *Responsibility*

Tanggungjawab adalah sikap yang harus dimiliki setiap individu dalam menjalankan tugas dan kewajibannya. Orang yang memiliki tanggungjawab yang tinggi mau menerima segala konsekuensi dari setiap perbuatannya [5]. Karyawan yang bertanggung jawab akan melaksanakan tugasnya dengan maksimal sehingga mencapai hasil yang terbaik, berbeda dengan karyawan yang tidak punya rasa tanggungjawab, sehingga tugas yang dikerjakannya dapat merugikan kinerja pelayanan. Tanggungjawab merupakan sumber daya organisasi yang memiliki ciri manusia berbudaya, memiliki budi pekerti dan memiliki pengetahuan, karena manusia hidup dalam suatu masyarakat sosial, dimana dalam setiap tindakan, sikap dan perilakunya harus berdasarkan rasa keseragaman, keselarasan dengan sesama masyarakat. Tanggungjawab dalam kinerja pelayanan tentunya meliputi tindakan yang tidak boleh merugikan pelanggan, justru harus memberi kontribusi positif untuk pelanggan, agar terciptanya keharmonisan lingkungan kerja [4-7].

3. *Effectiveness*

Efektivitas dalam kinerja pelayanan adalah kemampuan menghasilkan hasil yang diinginkan atau kemampuan untuk menghasilkan keluaran yang diinginkan suatu perusahaan atau organisasi. Kinerja pelayanan dianggap efektif, apabila memiliki hasil yang diinginkan atau diharapkan dan menghasilkan kesan yang baik dalam pelayanan [2,6]. Pengertian efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau pencapaian suatu tujuan yang diukur dengan kualitas, kuantitas, dan waktu, sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya. Hal yang menjelaskan arti efektivitas adalah suatu tingkat keberhasilan yang dihasilkan oleh perusahaan atau organisasi dengan cara tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai [1-3]. Dengan kata lain, semakin banyak rencana yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap semakin efektif. Pengertian efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang



dilakukan, sejauh mana karyawan menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Artinya, apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya, maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif.

4. *Reliability*

Reliability adalah kata lainnya kehandalan perusahaan/organisasi dari kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang andal harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi [1,6]. Kemampuan karyawan yang andal untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali, untuk mampu memberikan apa yang diinginkan pelanggan [5,10]. Dalam kinerja pelayanan, kontribusi layanan tidak dipungut biaya karena reputasi perusahaan/organisasi dapat menurun apabila setiap transaksi harus dibayar contohnya informasi terperinci dalam dibebankan pada pelanggan.

Intellectual capital meningkatkan Kinerja Pelayanan

Intellectual capital (modal intelektual) adalah aset tidak berwujud berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing serta dapat meningkatkan kinerja suatu perusahaan atau organisasi [13-15]. Beberapa istilah yang hampir mirip dengan *intellectual capital*, antara lain *intellectual property*, *intelektual aset*, *knowledge asset* yang semuanya bermaksud sebagai saham atau modal yang berbasis pada pengetahuan yang dimiliki perusahaan agar kinerja terus berjalan baik [14]. *Intellectual Capital* adalah nilai totalitas dalam perusahaan yang menggambarkan *intangibile asset*, perusahaan yang bersumber dari tiga pokok, yaitu modal manusia, struktural dan pelanggan.

Intellectual capital mencakup semua pengetahuan karyawan, organisasi dan kemampuan mereka untuk menciptakan nilai

tambah dan menyebabkan keunggulan kompetitif berkelanjutan [17]. Modal intelektual telah diidentifikasi sebagai perangkat organisasi yang tak berwujud (sumber daya, kemampuan, dan kompetensi) dan menggerakkan kinerja organisasi dan penciptaan nilai. *Intellectual capital* (modal intelektual) adalah materi intelektual pengetahuan, informasi, hak pemilikan intelektual, pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan berbasis pengetahuan [14-18]. Dalam *intellectual capital* aset tidak berwujud, termasuk informasi dan pengetahuan yang dimiliki badan usaha yang harus dikelola dengan baik untuk memberikan keunggulan kompetitif bagi badan usaha. *Intellectual capital* memiliki tiga dimensi meliputi: *human capital*, *structural capital* atau *organization capital* dan *relational capital* atau *customer capital* yang secara rinci dijelaskan sebagai berikut.

1. *Human Capital*

Human capital merupakan *lifeblood* dalam *intellectual capital*, untuk mengelola sumber daya secara konsisten, efektif, efisien dalam meningkatkan kinerja pelayanan [19]. Tujuan pengelolaan *human capital* sebagai sumber aktifitas dan improvement, karena *human capital* merupakan komponen yang sulit untuk diukur, tetapi dapat dirasakan hasilnya. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan dan kompensasi dalam suatu organisasi atau bidang jasa Pendidikan [20-23]. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. Memberikan beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dalam indikator, yaitu *training programs*, *credential*, *experience*, *competence*, *recruitment*, *mentoring*, *learning programs*, *individual potential and personality*. Berdasarkan kajian empiris dan teori, maka penelitian ini mengajukan hipotesis,



H₁: *Human Capital* signifikan positif meningkatkan Kinerja Pelayanan.

2. *Structural Capital* atau *Organization Capital*

Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan [19,23]. Misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufaktur, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki [20-23]. Karyawan/individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang tidak dimanfaatkan secara maksimal. Sehingga dalam *intellectual capital* dibutuhkan dimensi *structural capital* yang handal. Berdasarkan kajian empiris dan teori, maka penelitian ini mengajukan hipotesis, H₂: *Structural Capital* signifikan positif meningkatkan Kinerja Pelayanan

3. *Relational Capital* atau *Customer Capital*

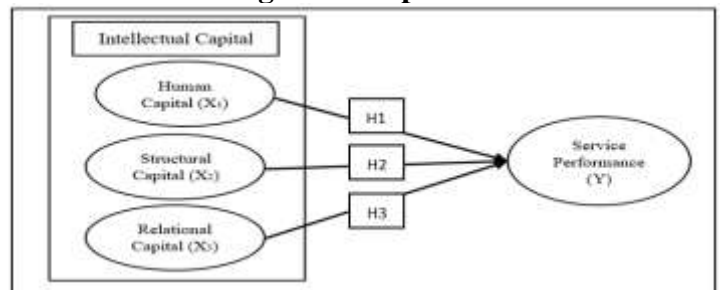
Elemen ini merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata [10,24,29]. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis/ association network yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relation capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut [11,24-28]. *Relational Capital* didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan [26,29]. Instrument untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan dari tiga dimensi yang memiliki masing-masing indikator, untuk mengukur seberapa dan bagaimana

efisiensi *intellectual capital* dalam menciptakan nilai berdasarkan pada hubungan tiga komponen utama, yaitu *Human capital*, *Structural capital*, *Relational Capital*. Berdasarkan kajian empiris dan teori, maka penelitian ini mengajukan hipotesis, H₃: *Relational Capital* signifikan positif meningkatkan Kinerja Pelayanan

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah studi lapangan dengan kuesioner daring yang diberikan pada karyawan sebagai responden 250 orang. Hal ini dilakukan agar dapat mengevaluasi masalah perekonomian sekarang dengan bisnis jasa seperti perguruan tinggi negeri di Kalimantan Tengah. Tujuan penelitian adalah untuk meningkatkan kinerja pelayanan berdasarkan dimensi *intellectual capital* dengan kriteria sampel minimal 3 tahun bekerja di perguruan tinggi di pelayanan akademik mahasiswa/mahasiswi. Selanjutnya variabel dalam dimensi *intellectual capital* diambil dari kajian empiris yang meneliti bidang manajemen sumber daya manusia. Pembahasan hasil dibuat terurut agar dapat meningkatkan kinerja pelayanan, maka dibuatlah kerangka penelitian dalam interpretasi hasil berikut.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Penelitian ini bersifat eksploratori yang menjelaskan hasil berdasarkan uji statistik dengan aplikasi SPSS 24.0. Jenis penelitian adalah regresi linier sederhana sehingga uji yang dilakukan dengan instrument yang valid dan reliabel dengan uji responden sebanyak 30 responden. Selanjutnya baru dilakukan uji parsial dan uji *r-square*, secara keseluruhan responden dari hasil kuesioner diharapkan tidak bias (dapat dipercaya) [22,29].



HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian kuantitatif dengan uji analisis regresi berganda menggunakan penyebaran kuesioner terhadap 250 karyawan di perguruan tinggi negeri, Kalimantan Tengah. Data kemudian diolah dengan program SPSS 24.0 dan dilakukan uji instrument validitas dan reliabilitas sebelumnya dalam kuesioner uji coba pada 30 responden mendapatkan hasil valid dengan pearson correlation 9.21, signifikan 0,00 dan cronbach's alpha 0.917. selanjutnya dilakukan uji r-square yang ditujukan dalam hasil koefisien determinasi yang hasilnya disajikan tabel 1 yaitu $KD=r^2 \times 100\% = 0,695 \times 100\% = 69,5\%$ [25]. Artinya sebesar 69,5% pengaruh terhadap Y dan sisanya 30,5 % dipengaruhi oleh faktor lain, yang tidak diteliti.

Tabel 1. Output regresi nilai R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.742	.695	.411

a. Predictors: (Constant), human capital, structural capital, organizational capital.
Sumber: Data diolah

Kinerja pelayanan adalah catatan hasil (*outcomes*) yang dihasilkan dari fungsi suatu pekerjaan atau kegiatan tertentu selama suatu periode waktu tertentu. Sedangkan pengukuran kinerja pelayanan adalah sebagai suatu metode untuk menilai kemajuan/hasil yang telah dicapai dibandingkan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Berpijak dari hasil penelitian hasil penelitian X_1 (*human capital*) dari pengetahuan (*learning program*), keterampilan (*competence*), *personality* (*experience value added*) hasilnya *standardized coefficients beta* 69,2 % dengan *t-statistic* 6,134 dan signifikan 0,00. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima bahwa human capital dapat meningkatkan kinerja pelayanan. Selanjutnya pada dasarnya kinerja adalah hasil capaian atau prestasi kerja yang diperoleh oleh suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dan disepakati bersama dalam kurun waktu tertentu dengan struktur capital yang baik

dan terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis 2 diterima dengan hasil *standardized coefficients beta* 63,3% dan uji *t-statistic* 5,571 dan signifikan 0,00.

Tabel 2. Output regresi linier berganda secara parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.156	1.811		2.516	.000
Human Capital	.467	.071	.692	6.134	.000
Structural Capital	.514	.062	.633	5.571	.000
Relational Capital	.629	.083	.713	7.562	.000

a. Dependent variable : kinerja pelayanan. Sumber : data diolah.

Penilaian kinerja pelayanan pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik atas sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Sehingga, anteseden relational capital dengan indikatornya hubungan dengan konsumen, hubungan dengan pegawai, hubungan eksternal merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja pelayanan dari hasil *standardized coefficients beta* 71,3%, *t-statistic* 7,562 dan signifikan 0,00. Dari hasil hipotesis 3 diterima yaitu X_3 *relational capital* menunjukkan penilaian kinerja dan hubungan dengan faktor eksternal sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan organisasi secara keseluruhan, melalui relational capital untuk melakukan pelayanan sebagai bagian dari mata rantai pelanggan dan pemasok internal.

Tabel 3. Anova uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	76.652	2	41.168	37.190	.000 ^b
Residual	26.332	248	1.018		
Total	102.984	250			

a. Dependent variable: Kinerja pelayanan

b. Predictors: (Constant), Human capital, Structural capital dan Relational capital. Sumber: Data diolah

Dari hasil tabel 3. menyatakan hasil f-hitung adalah 37,190 > 3,89 f-tabel dengan probabilitas 0,00 < 0,05 maka hipotesis diterima.



Artinya adanya pengaruh yang signifikan positif dimensi intelektual capital terhadap kinerja pelayanan. Semakin tinggi dan baiknya dimensi intelektual capital dari variabel *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* maka akan semakin baik kinerja pelayanan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kinerja pelayanan adalah bentuk ukuran keberhasilan penyelia jasa seperti di perguruan tinggi negeri di Kalimantan Tengah. Dari tiga perguruan tinggi negeri di Kal-Teng saat ini dituntut melakukan pelayanan dengan cara daring. Perubahan ini merupakan cara yang dapat dilakukan adalah melayani pelanggan secara cepat dan tepat serta efisien efektif. Metode pelayanan ini dimaksud segera setelah selesai dengan pelanggan pertama, merencanakan apa yang selanjutnya akan dilakukan dan menindaklanjuti pelayanan sampai tuntas. Dengan demikian hal ini sangat menuntut kesiapan dari perubahan dalam kinerja berdasarkan anteseden yaitu dimensi intelektual capital yang dapat mendukung kinerja pelayanan lebih baik. Dimensi intellectual capital meliputi: *human capital*, *structural capital* dan *relational capital*. Dalam scope penelitian yaitu perguruan tinggi negeri di Kal-Teng hal ini sangat berpengaruh positif dapat meningkatkan kinerja pelayanan. Sehingga, hasil dapat di jadikan acuan pentingnya dimensi intelektual capital dalam manajemen sumberdaya manusia untuk mendukung kinerja pelayanan.

Kinerja pelayanan dari hasil juga membuktikan bahwa dengan meningkatkan perasaan harga diri pelanggan dengan *responsiveness*, bertanggungjawab, kecepatan dan ketepatan serta keakuratan layanan akan sangat baik didorong dimensi intellectual capital. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah mengenali kebutuhan pelanggan dengan segera, tidak mengajarkan/menggurui pelanggan, melayani dengan tulus, memberikan kesempatan pelanggan memberi saran dan kritik, serta memberikan penghargaan kepada pelanggan yang mau meluangkan waktu. Membina

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

hubungan baik dengan pengguna layanan, merupakan cara yang dapat dilakukan adalah mendengarkan apa yang disampaikan oleh pelanggan dan menunjukkan simpati dan berbicara dengan penuh perasaan, untuk menunjukkan bahwa karyawan mengerti dan memahami perasaan pelanggan. Dengan demikian dimensi intelektual capital dapat menentukan sejauh mana sumber daya dapat efisien dan efektif dalam meningkatkan kinerja pelayanan.

Saran

Intellectual capital memiliki tiga dimensi yaitu *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* dalam penelitian ini, yang mengacu pada teori RBV dalam *knowledge based view*. Hal ini terkait dengan kebijakn yang diambil ketika sebuah proses bekerja dalam layanan mengalami perubahan, seperti dari layanan *offline* ke *online*. Dengan kata lin, sebuah sistem tidak akan dapat berjalan baik apabila sebuah organisasi tidak memiliki keinginan memperbaiki sistem dari perubahan sekarang. Masa pandemic saat ini menuntut kinerja pelayanan yang di lakukan secara baik, terstruktur, cepat, baik dan mudah by online. Sehingga kebijakan perubahan harus disiasati dengan memperhatikan kebutuhan lingkungan bisnis seperti kemampuan mengelola manajemen dengan sistem yang mengarah pada *human capital* (*learning program*, *competence*, *experience value added*). Kebijakan selanjutnya ialah *structural capital* (sistem operasional pekerjaan, *structural* dan *procedural*, budaya organisasi), serta *relational capital* (hubungan dengan konsumen, hubungan dengan pegawai dan hubungan dengan pengguna/masyarakat).

Berproses dalam meningkatkan kinerja pelayanan di perguruan tinggi negeri semakin menuntut pemberi layanan untuk dapat *responsiveness*, bertanggungjawab tinggi, memiliki kecepatan dan ketepatan waktu serta kemampuan dalam menyelenggarakan pelayanan akurat. Hasil ini mengacu pada perubahan yang baik dalam meningkatkan kinerja pelayanan pada perguruan tinggi negeri di Kalimantan Tengah. Namun, scope penelitian memiliki keterbatasan



karena dilakukan pada karyawan dan tidak dilakukan pada konsumen sebagai pemakai layanan atau pada masyarakat selaku pengguna layanan. Dalam memperkaya hasil di bidang sumber daya manusia dimensi *intellectual capital* sangat disarankan pada penelitian selanjutnya untuk mengganti responden dengan pemakai layanan/pengguna layanan. Disamping itu, dapat juga hasil penelitian ini dijadikan acuan untuk meningkatkan kinerja pelayanan di bidang pariwisata, mengingat saat ini di Indonesia pariwisata sangat berpotensi memberikan devisa negara yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Darwiyansyah, D. (2017). Pengukuran dan penilaian kualitas pelayanan perguruan tinggi. *Saintifika islamica: Jurnal Kajian Keislaman*, 1(02), 19-37.
- [2] ASIH, S. S. (2019). *Pengaruh Dimensi Kinerja Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa S1 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- [3] Holid, A., & Meilani, R. I. (2018). Pengaruh lingkungan kerja sosial terhadap kinerja karyawan direktorat akademik di sebuah perguruan tinggi di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 3(1), 201-209.
- [4] Sumarsih, S. (2019). Analisis Sumber Informasi dan Pelayanan Perpustakaan (Studi Kasus di Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang). *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 14(2).
- [5] Putra, Z., Maulidasari, C. D., & Suriadi, M. (2020). Evaluasi Kualitas Pelayanan di Universitas Teuku Umar selaku Perguruan Tinggi Negeri Baru: Analisis Dua Tahap. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 122-137.
- [6] Amin, S. (2018). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Akademik Pada Sekolah Tinggi. *Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 4(2), 193-202.
- [7] Hidayat, M. Z. (2017). *IMPLEMENTASI METODE DMAIC DAN MODIFIED-HEDPERF UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PERGURUAN TINGGI (Studi Kasus pada Program Studi Manajemen S1 Universitas Widyatama)* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- [8] Zarkasyi, M. R. (2017). Membangun Budaya Akademik pada Perguruan Tinggi Pesantren. *Al Tijarah*, 3(2), 65-96.
- [9] Rahardja, U., Aini, Q., & Thalia, M. B. (2018). Penerapan Menu Konfirmasi Pembayaran Online Berbasis Yii pada Perguruan Tinggi. *Creative Information Technology Journal*, 4(3), 174-185.
- [10] Azis, M. T., & Tatminah, I. (2019). Determinasi Kinerja Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Wilayah Cirebon. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 2(1), 1-11.
- [11] Hs, L. (2019). Standar Pelayanan Perpustakaan Perguruan Tinggi: Aspek Akreditasi BAN PT Dan Akreditasi PNRI.
- [12] Fathorrahman, F. (2019). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA DAN KINERJA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PENGARUH KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP KEPUASAN KERJA DOSEN PERGURUAN TINGGI SWASTA DI MALANG. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2(3), 360-384.
- [13] Kianto, A., Sáenz, J., & Aramburu, N. (2017). Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation. *Journal of Business Research*, 81, 11-20.
- [14] Hussinki, H., Ritala, P., Vanhala, M., & Kianto, A. (2017). Intellectual capital, knowledge management practices and firm performance. *Journal of Intellectual Capital*.
- [15] Cricelli, L., Greco, M., Grimaldi, M., & Dueñas, L. P. L. (2018). Intellectual capital and university performance in emerging countries. *Journal of Intellectual Capital*.



- [16] Kristinae, V. (2018). Analisis Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 78-93.
- [17] Ginesti, G., Caldarelli, A., & Zampella, A. (2018). Exploring the impact of intellectual capital on company reputation and performance. *Journal of Intellectual Capital*.
- [18] Kristinae, V., & Sahay, M. (2019). Pengaruh Social Media, Learning Orientation Dan Market Orientation Terhadap Marketing Capabilities Ukm Kerupuk Ikan Saluang Di Kalimantan Tengah. *Media Bina Ilmiah*, 14(2), 1959-1966.
- [19] Peridawaty, P., & Kristinae, V. (2020). PERAN PENTING LINGKUNGAN KERJA DAN MANAJEMEN INOVASI MENINGKATKAN PROFITABILITAS USAHA KERAJINAN ROTAN DI KALIMANTAN TENGAH. *MEDIA BINA ILMIAH*, 15(3), 4145-4152.
- [20] Irawan, I., & Kristinae, V. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai di Hypermart Sampit dan Palangka Raya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 8-17.
- [21] Nourani, M., Chandran, V. G. R., Kweh, Q. L., & Lu, W. M. (2018). Measuring human, physical and structural capital efficiency performance of insurance companies. *Social Indicators Research*, 137(1), 281-315.
- [22] Chuang, S. P., & Huang, S. J. (2018). The effect of environmental corporate social responsibility on environmental performance and business competitiveness: The mediation of green information technology capital. *Journal of Business Ethics*, 150(4), 991-1009.
- [23] Attar, M., Kang, K., & Sohaib, O. (2019, January). Knowledge Sharing Practices, Intellectual Capital and Organizational Performance. In *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.
- [24] Fathony, M. M., & Ulum, I. (2018). University characteristics, accreditation status, and intellectual capital disclosure: Evidence from Indonesia. *International Journal of Economics and Research*, 9(6), 23-36.
- [25] Wiengarten, F., Singh, P. J., Fynes, B., & Nazarpour, A. (2017). Impact of mass customization on cost and flexibility performances: the role of social capital. *Operations Management Research*, 10(3-4), 137-147.
- [26] Byun, H., Frake, J., & Agarwal, R. (2018). Leveraging who you know by what you know: Specialization and returns to relational capital. *Strategic Management Journal*, 39(7), 1803-1833.
- [27] Chatterji, N., & Kiran, R. (2017). Role of human and relational capital of universities as underpinnings of a knowledge economy: A structural modelling perspective from north Indian universities. *International Journal of Educational Development*, 56, 52-61.
- [28] Peces Prieto, M. D. C., & Trillo Holgado, M. A. (2019). The influence of relational capital and networking on the internationalization of the university spin-off. *Intangible Capital*, 15(1), 22-37.
- [29] Lee, R., Tuselmann, H., Jayawarna, D., & Rouse, J. (2019). Effects of structural, relational and cognitive social capital on resource acquisition: a study of entrepreneurs residing in multiply deprived areas. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(5-6), 534-554.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN