

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perubahan dinamika bisnis menjadi *knowledge based business* (bisnis berbasis pengetahuan) saat ini sedang marak di kalangan perusahaan-perusahaan dalam era globalisasi dewasa ini. Kemunculan *knowledge based business* ini dipicu oleh keadaan ekonomi global yang semakin kompetitif, dimana hal tersebut menuntut perusahaan untuk mengubah dan meningkatkan kinerjanya agar dapat bersaing di tengah ramainya perusahaan kompetitor yang ada (Nawang Sari, 2016). Dalam penerapannya, *knowledge based business* bertujuan untuk menciptakan *value added* bagi konsumen (Libyanita dan Wahidahwati, 2016).

Nilai tambah adalah peningkatan kesejahteraan yang diciptakan dari penggunaan yang produktif atas sumber daya perusahaan sebelum sumber daya tersebut dialokasikan diantara *shareholders*, *bondholders*, pekerja dan pemerintah (Belkaoui, 2003; dalam Chusnah, Zulfiati, dan Supriati, 2014). Untuk mengevaluasi kinerja yang dicapai, *stakeholder view* menggunakan nilai tambah sebagai ukuran total kesejahteraan yang diperoleh (Chusnah dkk., 2014). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien agar mampu menghasilkan keuntungan yang positif dan dapat dijadikan senjata untuk bersaing dalam era globalisasi saat ini.

Resource-based view (RBV) memandang sumber daya perusahaan sebagai pemicu utama dari *competitiveness* dan kinerja perusahaan. Sumber daya ini mencakup baik aset berwujud maupun aset tidak berwujud yang telah diinternalisasi oleh perusahaan dan digunakan secara efektif dan efisien untuk mengimplementasikan strategi kompetitif dan menguntungkan (Hit dkk., 2001; Hart, 1995; dalam Chusnah dkk., 2014). Perusahaan memiliki sumber daya yang diperlukan untuk melakukan operasinya, sumber daya tersebut juga penting bagi penciptaan keuntungan kompetitif dan kinerja keuangan yang kuat (Chusnah dkk., 2014). Perusahaan kemudian menyadari akan pentingnya *knowledge asset* (aset pengetahuan) dimana perusahaan tidak hanya menggunakan *tangible asset* saja untuk meningkatkan kinerja keuangannya, melainkan mulai memberikan perhatian lebih terhadap *intangible asset* yang unik, langka dan tidak dapat ditiru, salah satunya adalah *intellectual capital*. Hal inilah yang menjadi alasan penelitian ini dilakukan.

Pembahasan mengenai *intellectual capital* semakin meningkat karena dalam konsep *knowledge based business* mengandalkan pada ilmu pengetahuan (IPTEK). Pengetahuan dianggap sebagai elemen penting dalam kompetensi konsep. Agar pengetahuan dapat berkontribusi pada penciptaan nilai, pengetahuan harus diaplikasikan oleh seseorang yang memiliki kemampuan (Johannessen dkk., 2005; dalam Chusnah dkk., 2014). *Intellectual capital* dapat dipandang sebagai pengetahuan, dalam pembentukan, kekayaan intelektual dan pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan

(Stewart, 1997; dalam Soetedjo dan Mursida, 2014). *Intellectual capital* dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan tetap dapat bertahan melawan pesaingnya yang semakin beragam. Oleh karena itu, bila *intellectual capital* dikelola dengan baik akan meningkatkan kinerja perusahaan. Hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja keuangan perusahaan telah banyak dibuktikan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Soetedjo dan Mursida (2014) yang membuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Untuk menghasilkan keunggulan kompetitif, perusahaan perlu melakukan pemilihan strategi yang tepat dengan memperhatikan sumber daya yang dimilikinya. Menurut Porter (1985:11) secara umum, terdapat dua kategori strategi bisnis yaitu yang pertama, strategi kepemimpinan biaya dimana perusahaan bersaing melawan perusahaan kompetitornya dengan menerapkan strategi harga yang lebih murah dibandingkan harga pesaingnya tersebut. Yang kedua adalah strategi diferensiasi dimana perusahaan membentuk pasarnya sendiri dengan menghasilkan produk yang unik dengan kualitas yang baik. Sebagai contoh, GO-JEK sebagai perusahaan transportasi roda dua yang berdiri sejak tahun 2010. Saat ini, GO-JEK telah tumbuh menjadi perusahaan penyedia layanan transportasi dan gaya hidup berbasis aplikasi. GO-JEK memberikan berbagai layanan yang memudahkan konsumen dalam beraktivitas. Selain itu, GO-JEK juga

banyak memberikan potongan harga dalam jumlah besar kepada konsumennya. Hal ini menyebabkan perusahaan pesaingnya tidak mampu bertahan dalam menjalankan usahanya. Seperti yang dialami oleh LadyJek sebagai salah satu perusahaan pesaing dari GO-JEK yang berdiri pada Oktober 2015 dengan slogan “ojek wanita untuk wanita.” Pada saat awal didirikan, LadyJek optimis dengan pendekatan segmentasi pasar yang khusus semacam itu. Tetapi, baru beroperasi selama enam bulan pertama, LadyJek mengalami kebangkrutan. Pihak manajemen LadyJek telah melakukan berbagai cara untuk dapat mengetahui keinginan para konsumen terhadap layanan LadyJek dengan cara memberikan potongan harga yang rendah. Melalui potongan harga yang diberikan tersebut menuai hasil yang cukup baik. Namun, hasil yang cukup baik tersebut tidak berlangsung lama karena potongan harga tersebut hanya berlangsung selama satu bulan. Setelah potongan harga ditiadakan, pelanggan beralih ke kompetitor lain (Fenomena GO-JEK dan GRAB Menjadi Raksasa Dunia Transportasi *Online*, 2017).

Melalui pemahaman mengenai kedua strategi bisnis yang ada tersebut, perusahaan dapat melihat kembali pada sumber daya yang dimilikinya termasuk *intellectual capital* yang dimiliki. Sumber daya yang dimiliki perusahaan akan membentuk landasan bagi strategi apa yang akan diambil oleh perusahaan (Barney, 1991; dalam Chusnah dkk., 2014). Kemudian, perusahaan menggunakan sumber daya berupa aset tidak berwujud dan aset berwujudnya untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi (Chusnah dkk.,

2014). Peran *intellectual capital* terkait kedua strategi tersebut adalah bahwa dalam menerapkan strategi kepemimpinan biaya diperlukan keterampilan untuk memikirkan bagaimana caranya agar perusahaan dapat menekan biaya dengan memaksimalkan penggunaan aset agar menghasilkan penjualan. Sedangkan dalam menerapkan strategi diferensiasi diperlukan keterampilan untuk berinovasi dalam menghasilkan produk yang unik (Porter, 1985:12). Oleh karena itu, melalui pemilihan strategi yang tepat dan dengan memperhatikan *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Kemudian menurut Chusnah dkk. (2014), perlu dilakukan pengujian apakah *intellectual capital* memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan strategi sebagai variabel pemoderasi karena kinerja perusahaan merupakan ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, dan melalui pemilihan strategi yang tepat dapat memperkuat pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian terkait pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan strategi sebagai pemoderasi telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Chusnah dkk. (2014), menunjukkan bahwa *intellectual capital* dengan kedua strategi yaitu strategi kepemimpinan biaya dan strategi diferensiasi sebagai pemoderasi memiliki pengaruh yang signifikan, namun strategi kepemimpinan biaya pengaruhnya positif sedangkan strategi diferensiasi pengaruhnya negatif. Hal tersebut dikarenakan mayoritas

masyarakat Indonesia lebih menyukai produk dengan harga murah, sehingga bila terdapat produk yang unik dengan harga premium akan memberikan dampak yang berbeda terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nawangsari (2016) hanya menguji salah satu strategi yaitu strategi diferensiasi sebagai pemoderasi. Dari ketiga komponen *intellectual capital* yang diuji secara terpisah dengan strategi diferensiasi sebagai pemoderasi menunjukkan hanya komponen *structural capital* saja yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan strategi sebagai variabel pemoderasi. Pengukuran *intellectual capital* dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yang berorientasi nilai yaitu *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™) yang dikembangkan oleh Pulic (2004). Namun dalam model penelitian ini, komponen-komponen VAIC™ tidak diuji secara terpisah agar hasilnya lebih kuat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Chusnah dkk. (2014) yang menunjukkan apabila VAIC™ diuji secara bersama hasilnya lebih kuat daripada saat diuji per komponen. Selain itu, menurut Bontis (2000, dalam Soetedjo dan Mursida, 2014), menyatakan bahwa *intellectual capital* meliputi penjumlahan atas keseluruhan pengetahuan yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga merupakan satu kesatuan. Penelitian ini juga menguji kedua strategi bisnis karena ingin mengetahui strategi mana yang bisa memperkuat pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Obyek dalam penelitian ini adalah 8 subsektor perusahaan jasa yang padat IC (*High-IC*) yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2016. Pemilihan obyek ini berdasarkan klasifikasi *Global Industry Classification Standard* (GICS) yang telah disesuaikan dengan keberadaan perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sektor ini dikarenakan kedelapan subsektor perusahaan jasa yang padat IC tersebut adalah kelompok industri yang telah mampu memanfaatkan aset intelektualnya dengan baik sehingga tercipta keunggulan kompetitif perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Pramelasari, 2010). Selain itu, perusahaan sektor jasa juga merupakan sektor yang sangat bergantung pada tingkat *intellectual capital* yang dimilikinya, terutama dalam hal *human capital* dan *customer capital*. Hal ini disebabkan karena dalam sektor jasa pemberian pelayanannya pasti melibatkan kemampuan dan keterampilan manusia mulai dari memikirkan pelayanan jasa seperti apa yang akan diberikan kepada pelanggan sampai pemberian pelayanan jasa kepada pelanggan. Bila perusahaan memiliki *human capital* yang unggul, maka perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif dan akan menciptakan *customer capital* yang baik terhadap para pelanggannya sendiri maupun terhadap masyarakat sekitar yang nantinya dapat menciptakan *value added* bagi perusahaan (Herdyanto, 2013).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?
2. Apakah strategi memperkuat pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh strategi sebagai variabel pemoderasi hubungan *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai 2 (dua) manfaat, yaitu:

1. Manfaat akademis, yaitu:
 - a. Penelitian ini ingin membuktikan teori *resource based view* bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif dan mempengaruhi kinerja perusahaan.

- b. Memberikan kontribusi terhadap penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai acuan pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis:

- a. Bagi manajemen perusahaan agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi yang akan digunakan dan mulai menggali *intellectual capital* yang dimiliki oleh perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.
- b. Bagi investor agar dapat dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan yang mampu mengelola *intellectual capital* yang dimilikinya dengan baik, karena jika perusahaan mampu mengelola *intellectual capital* maka kinerja perusahaannya baik.

1.5. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai isi dari penelitian ini, maka garis besar isi penelitian dikelompokkan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bagian ini menjelaskan tentang latar belakang masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tentang garis besar penelitian yang dilakukan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, pengembangan hipotesis, dan model analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bagian ini membahas mengenai desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi sampel, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas tentang karakteristik dari objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan penelitian.

BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bagian ini merupakan penutup dari penelitian yang berisi tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.