

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Intellectual Capital*.

Topik *intellectual capital* juga mulai berkembang di pertengahan 1990an dan menghasilkan banyak literatur yang lintas disiplin ilmu termasuk dalam akuntansi yang menggunakan istilah *intangible* sebagai sinonim dari *intellectual capital* (IC) (Alcaniz *et al.*, 2011). Dalam ekonomi berbasis pengetahuan, IC dianggap sebagai komponen penting bagi penciptaan keuntungan kompetitif perusahaan. Berbagai penelitian telah membuktikan hubungan antara IC dengan kinerja perusahaan (Borneman, 1999; Makki *et al.*, 2008; Bornemann dan Leitner, 2002; Goh, 2005; Firer dan Williams, 2003; Carmeli dan Tisher, 2004; Chang, 2010; Clark *et al.* 2010). Aspek yang berbeda dari komponen IC memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan aspek yang lain (Firer dan Williams, 2003; Clarke *et al.* 2010; Chang, 2010).

Definisi dari IC menurut Ricceri dalam Striukova *et al.* (2008) mengacu dari *flow concept*, yaitu bahwa IC merupakan sumber daya intelektual atau *knowledge base* dari sebuah organisasi. IC mencakup sumber daya yang ada pada satu waktu dan sumber daya yang lebih likuid yang digunakan untuk berinteraksi dengan sumber daya lain baik intelektual mau pun sumber daya *physical*.

Menurut Bontis (2000) memandang IC sebagai pengetahuan pribadi dan pengetahuan organisasional yang bersama-sama memberi kontribusi dalam

sustainable competitive advantage. Sedangkan Pulic (2000) mendefinisikan IC sebagai seluruh kemampuan pekerja yang menciptakan tambahan nilai.

Menurut Stewart (1991, 1997) dalam Min Lu (2010) juga merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan *competitive advantage (knowledge, information, intellectual property rights, experience)*, IC merupakan aset tidak berwujud yang menghasilkan nilai bagi perusahaan.

TABEL 2.1

Perbandingan Konseptual Model Intelektual dari Beberapa Peneliti

Annie Brooking (UK)	Goran Roos (UK)	Thomas Stewart (USA)	Nick Bontis (Canada)
<i>Human Centred Assets</i> Keterampilan, kemampuan dan keahlian, kemampuan menyelesaikan masalah, dan gaya kepemimpinan	<i>Human Capital</i> Kompetensi, sikap, dan agilitas intelektual	<i>Human Capital</i> Karyawan merupakan aset organisasi yang paling penting	<i>Human Capital</i> Level pengetahuan individual yang dimiliki oleh karyawan
<i>Infrastructure assets</i> Semua teknologi, proses, dan metodologi yang memungkinkan perusahaan untuk berfungsi	<i>Organizational</i> Inovasi organisasi, proses, <i>intellectual property</i> , aset budaya	<i>Structural Capital</i> Pengetahuan yang melekat dalam teknologi informasi	<i>Structural Capital</i> Aset non SDM atau kapabilitas organisasi yang digunakan untuk memenuhi permintaan pasar
<i>Intellectual Property</i> <i>Know-how, trademark, dan patent</i> <u>Aset pasar</u> Merek, konsumen, loyalitas konsumen dan sahanan distribusi	<i>Renewal and Development</i> Hak paten baru dan Upaya pelatihan <u>Modal relasional</u> Hubungan yang melibatkan karyawan dari luar dan dalam perusahaan	<i>Structural Capital</i> Hak paten, perusahaan, dan trademark <u>Modal Konsumen</u> Informasi pasar yang digunakan untuk menjaga hubungan dengan konsumen	<i>Intellectual Property</i> Aset yang diproteksi dan memiliki definisi legal <u>Modal Relasional</u> Bentuk pengetahuan yang melekat dalam hubungan organisasional

Sumber: Bontis, N., Keow, W.C.C, Richardson, S., 2000.

Beberapa pengukuran IC yang menggunakan pendekatan yang berorientasi nilai antara lain *Value Added Intellectual Coefficient (VAIC)* yang dikembangkan oleh Pulic (1998, 2000). Menurut metode *VAIC* Efisiensi adalah nilai tambah yang dihasilkan perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan sekarang. Sebaliknya nilai perusahaan akan berkurang bila perusahaan gagal mengelola *intellectual assets* secara efektif (Pulic, 2000; Goh, 2005). Semakin efektif perusahaan mengelola sumber daya intelektual yaitu HC, CE, dan SC, semakin efisien aktivitas penciptaan nilai perusahaan.

Chang (2010) menguji pengaruh komponen IC terhadap kinerja perusahaan ditemukan bahwa perusahaan dengan kontribusi IC yang berbeda menciptakan kinerja yang berbeda pula. Komponen IC terdiri dari *human capital* (HC), *capital employeed* (CE) dan *structural capital* (SC) (Firer dan Williams, 2003; Clarke *et al.* 2010; Chang, 2010; Makki *et al.* 2008).

Menurut Pfeffer (1994) dan Finkelsten (1996) dalam Chusnah dkk. (2014) sumber daya manusia merupakan aset yang penting bagi perusahaan, atribut yang melekat pada sumber daya manusia (*education, experience, skills*) mempengaruhi *firm outcomes*. *Human Capital* (HC) merupakan unsur yang penting karena merupakan sumber dari inovasi dari perbaikan strategi, baik dari proses laboratorium, aktivitas kantor, pembaharuan proses, atau peningkatan kemampuan pribadi (Bontis, 1998).

Human Capital merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan. Elemen dalam *human capital* merupakan kombinasi dari pengetahuan, keahlian

(*skill*), kemampuan melakukan inovasi, dan kemampuan menyelesaikan tugas, meliputi nilai perusahaan, kultur dan filsafatnya.

Human Capital dalam VAIC (*Value Added Human Capital -VAHU*).

VAHU mencerminkan nilai tambah perusahaan yang dihasilkan dari setiap unit investasi dalam sumber daya manusia. Menurut model VAIC, nilai VAHU dihitung dari *value added* dibagi dengan biaya personalia. Biaya personalia merupakan entitas penciptaan nilai bagi perusahaan. Perusahaan dengan nilai VAHU yang tinggi berarti telah berhasil mengelola sumber daya manusia yang dimilikinya untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

SC (*Structural Capital*) merupakan infrastruktur pendukung dan sistem informasi yang menciptakan pemahaman pribadi menjadi pemahaman kelompok. SC dalam organisasi merupakan *product process* (efisiensi waktu transaksi, keinovatifan, akses ke informasi). SC juga berhubungan dengan mekanisme dan struktur organisasi yang mendukung sumber daya manusia (HC). SC dalam model VAIC disebut *Structural Capital Value Added* (STVA). STVA menunjukkan kemampuan setiap satu unit sumber daya struktural perusahaan dalam menciptakan *value added* perusahaan.

CE (*Capital Employeed*) mencakup komponen yang tidak terdapat dalam *human capital* (HC) dan *structural capital* (SC). Pulic (1998) menyatakan bahwa IC harus dikombinasikan dengan *physical* dan *financial capital*. Chen *et al.* (2005) dan Chang (2010) membuktikan adanya hubungan positif signifikan CE terhadap kinerja. VAIC komponen ini disebut *Physical Capital* (*Value Added Capital Assets-*

VACA). VACA menunjukkan kemampuan setiap satu unit *capital assets* dalam menciptakan *value added* perusahaan.

2. Kinerja Perusahaan.

Pengukuran kinerja perusahaan sangat diperlukan dalam menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan proses produksinya. Kinerja perusahaan dapat diukur dengan elemen keuangan maupun non keuangan, elemen keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset* (ROA).

Return on asset (ROA) merefleksikan keuntungan bisnis dan efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan total asset (Chen *et al.*, 2005). Rasio ini mewakili rasio profitabilitas, yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan assetnya, baik aset fisik maupun aset non-fisik (*Intellectual Capital*) akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

3. Strategi Kompetitif.

Perusahaan menggunakan sumber daya berupa aset tidak berwujud dan aset berwujudnya untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi. Sistem pengukuran kinerja digunakan untuk mendukung implementasi strategi yang kemudian mempengaruhi kinerja seperti dibuktikan oleh Fleming *et al.* (2009). Dalam implementasi strategi, orientasi strategi yang berbeda secara langsung dan tidak langsung berinteraksi dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Pemahaman akan pengetahuan sebagai strategi berkembang dalam ekonomi yang berorientasi *knowledge* Joia (2000). Wang dan Ahmed (2009) menguji peran

moderasi dari strategi dalam hubungan antara adopsi *ecommerce* dengan faktor-faktor internal dan eksternal yang ada di perusahaan keluarga (*external pressure, organizational readiness, perceived benefits*).

Secara umum terdapat dua kategori strategi bisnis. Porter (1985) dalam Gani dan Jermias (2006) mengembangkan rerangka bagaimana perusahaan memilih strategi untuk bersaing secara efektif. Menurut Porter (1985) dalam Gani dan Jermias (2006) perusahaan harus memilih antara bersaing sebagai *lowest-cost producer* dalam industri (*cost leadership strategy*) atau bersaing dengan memberikan produk yang unik dalam hal kualitas, karakteristik fisik atau *product-related services* (*product differentiation strategy*). Perusahaan perlu mengelola strateginya dalam rangka memperoleh kesesuaian antara sumber daya internal dan sumber daya eksternal yang dimilikinya. Pemilihan strategi apakah *cost leadership strategy* atau *product differentiation strategy* jika dilakukan dengan tepat dengan memperhatikan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

Santo Rodrigues *et al.* (2011) dalam Chusnah dkk., (2014) meneliti pengaruh *Intellectual Capital* pada kapabilitas Inovasi pada organisasi pelayanan publik. Penelitian ini mengungkapkan bahwa ada pengaruh langsung antara *Intellectual Capital* terhadap kapabilitas Inovasi, dengan prinsip dari apa yang telah dihasilkan melalui inovasi. Lebih spesifik lagi ditemukan bahwa *Structural Capital* cenderung berpengaruh pada Kapabilitas Inovasi.

Chen *et al.*, (2011) melakukan penelitian mengenai pengaruh keunggulan kompetitif sebagai mediator antara modal intelektual dan kinerja perusahaan.

Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa efek mediasi keunggulan kompetitif pada hubungan modal intelektual dan kinerja perusahaan memenuhi kondisi mediasi seperti yang ditunjukkan oleh Baron dan Kenny (1986) dan Jose (2008). Kapabilitas Inovasi menurut penelitian Wu (2003) memiliki pengaruh untuk membawa *Intellectual Capital* lebih efektif dalam meningkatkan kinerja keuangan. Wu menunjukkan bahwa peran Intellectual yang sesungguhnya adalah memacu sumberdaya terutama sumberdaya *intangible* agar dapat lebih berinovasi untuk memenangkan “perang” pasar di dalam industry. Hal inilah yang akan mengarah pada peningkatan kinerja perusahaan yang berdampak pada return positif bagi perusahaan.

Pengukuran strategi dalam penelitian ini mengadopsi dari Gani dan Jermias (2006). Strategi kompetitif ditentukan berdasarkan analisis dari variabel intensitas biaya penelitian dan pengembangan, efisiensi penggunaan aset dan kapabilitas harga premium.

Dalam konteks data Indonesia, ketersediaan data yang terkait dengan intensitas biaya penelitian dan pengembangan sangat sedikit, sehingga penelitian ini tidak menggunakan pengukuran intensitas biaya penelitian dan pengembangan dalam mengukur strategi kompetitif.

Gani dan Jermias (2006) menyatakan bahwa *asset utilization efficiency* mengindikasikan pentingnya efisiensi operasional bagi sebuah perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pada efisiensi biaya cenderung beroperasi dalam lingkungan yang stabil, memproduksi produk yang standar dan menerapkan prosedur operasi standar. Diprediksi bahwa perusahaan dengan nilai *asset*

utilization efficiency yang tinggi akan cenderung berorientasi kepada *cost efficiency strategy*. *Premium price capability* mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk membebankan pelanggannya dengan harga premium.

Perusahaan yang berorientasi pada strategi inovasi cenderung menawarkan produk yang unik, dan mereka mampu membebankan harga ini kepada pelanggannya. Perusahaan yang cenderung berorientasi pada strategi inovasi diprediksi akan memiliki nilai *premium price capability* yang tinggi (Gani dan Jermias, 2006).

4. RBT (*Resources Based Theory*).

RBT (*Resource Based Theory*) menganalisis dan menginterpretasikan sumber daya organisasi untuk memahami bagaimana organisasi mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. RBT berfokus pada konsep atribut perusahaan yang *difficult-to-imitate* sebagai sumber kinerja yang unggul dan keunggulan kompetitif (Barney, 1986; Hamel dan Prahalad, 1996 dalam Madhani, 2009). RBT dipelopori oleh Penrose (1959) dalam Astuti (2005), mengemukakan bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen, tidak homogen, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap perusahaan.

Sumber daya harus memenuhi kriteria VRIN agar dapat memberikan keunggulan kompetitif dan kinerja yang berkelanjutan (Madhani, 2009). Kriteria VRIN adalah:

- a. Berharga (V): sumber daya berharga jika memberikan nilai strategis bagi perusahaan. Sumber daya memberikan nilai jika membantu perusahaan dalam

- memanfaatkan peluang pasar atau membantu dalam mengurangi ancaman pasar. Tidak ada keuntungan dari memiliki sumber daya jika tidak menambah atau meningkatkan nilai perusahaan;
- b. Langka (R): sumber daya yang sulit untuk ditemukan di antara pesaing dan menjadi potensi perusahaan. Oleh karena itu sumber daya harus langka atau unik untuk menawarkan keunggulan kompetitif. Sumber daya yang dimiliki oleh beberapa perusahaan di pasar tidak dapat memberikan keunggulan kompetitif, karena mereka tidak dapat merancang dan melaksanakan strategi bisnis yang unik dibandingkan dengan kompetitor lain;
 - c. *Imperfect Imitability* (I): sumber daya dapat menjadi dasar keunggulan kompetitif yang berkelanjutan hanya jika perusahaan yang tidak memegang sumber daya ini tidak bisa mendapatkan mereka atau tidak dapat meniru sumber daya tersebut;
 - d. Non-substitusi (N): non-substitusi sumber daya menunjukkan bahwa sumber daya tidak dapat diganti dengan alternatif sumber daya lain. Di sini, pesaing tidak dapat mencapai kinerja yang sama dengan mengganti sumber daya dengan sumber daya alternatif lainnya.

Lebih lanjut dalam Madhani (2009) disebutkan bahwa menurut RBT, sumber daya dapat secara umum didefinisikan untuk memasukkan aset, proses organisasi, atribut perusahaan, informasi, atau pengetahuan yang dikendalikan oleh perusahaan yang dapat digunakan untuk memahami dan menerapkan strategi mereka (Learned, Christensen, Andrews, & Guth, 1969; Daft, 1983; Barney, 1991; Mata *et al.*, 1995). Beberapa peneliti telah mengklasifikasikan sumber daya

perusahaan sebagai sumber daya yang berwujud dan tidak berwujud. Barney (1991) mengategorikan tiga jenis sumberdaya:

- a. Modal sumber daya fisik (teknologi, pabrik dan peralatan),
- b. Modal sumber daya manusia (pelatihan, pengalaman, wawasan),
- c. Modal Sumber daya organisasi (struktur formal).

Dari penjelasan tersebut, menurut RBT, *intellectual capital* memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya yang unik untuk menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga *value* bagi perusahaan dapat tercipta. *Value* ini berupa adanya kinerja yang semakin baik di perusahaan.

5. *Knowledge Based Theory*.

Dalam penelitian Dewi (2009) *resource based theory* menjelaskan adanya dua pandangan perangkat penyusun strategi perusahaan. Yang pertama yaitu pandangan yang berorientasi kepada pasar (*market based*) dan yang kedua adalah pandangan yang berorientasi kepada sumberdaya (*resource based*).

Knowledge Based Theory berpandangan bahwa pengetahuan merupakan salah satu asset yang sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki asset berupa pengetahuan apabila dikelola dengan benar akan mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Apabila kinerja keuangan perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

Dengan bergesernya karakteristik perusahaan menjadi *Knowledge Based* maka perusahaan diharapkan mampu mengelola dan memanfaatkan *Intellectual Capital* dengan baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan

ini akan memacu danaya nilai tambah perusahaan dalam bersaing dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

B. Hasil Penelitian Terdahulu Dan Pengembangan Hipotesis

1. Hubungan *Intellectual Capital* terhadap *Cost Efficiency Strategy*.

Menurut Porter (1985) dalam Gani dan Jermias (2006) perusahaan harus memilih antara bersaing sebagai *lowest-cost producer* dalam industri (*cost leadership strategy*) atau bersaing dengan memberikan produk yang unik dalam hal kualitas, karakteristik fisik atau *product-related services* (*product differentiation strategy*).

Perusahaan pada era industrialisasi beroperasi dengan mengkombinasikan dan mentransformasikan sumberdaya berwujud menjadi produk yang mempunyai nilai lebih tinggi daripada harga perolehannya. *Profit margin* diukur berdasarkan nilai yang diciptakan dihadapkan dengan *cost* yang diperlukan untuk mendapatkan dan untuk mentransformasikan *tangible assets* menjadi barang jadi maupun jasa/pelayanan. *Intangible assets* jarang mempunyai nilai dari dirinya sendiri. Umumnya, *intangible assets* harus digabungkan dengan *assets* yang lain baik *intangible* maupun *tangible* untuk menciptakan nilai (Ulrich, 1998) dalam Chusnah dkk. (2014).

Menurut Bontis (2000) memandang IC sebagai pengetahuan pribadi dan pengetahuan organisasional yang bersama-sama memberi kontribusi dalam *sustainable competitive advantage*. Chang (2010) menguji pengaruh komponen IC

terhadap kinerja perusahaan ditemukan bahwa perusahaan dengan kontribusi IC yang berbeda menciptakan kinerja yang berbeda pula.

Menurut Stewart (1991, 1997) dalam Min Lu (2010) IC juga merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan *competitive advantage*. Sedangkan dalam Chusnah dkk. (2014) Perusahaan yang berorientasi pada efisiensi biaya cenderung beroperasi dalam lingkungan yang stabil, memproduksi produk yang standar dan menerapkan prosedur operasi standar.

Profit perusahaan dapat meningkat karena adanya faktor yang mendukungnya, salah satunya adalah *Cost efficiency strategy*, dimana dengan adanya strategi tersebut produk yang dijual perusahaan memiliki tempat tersendiri di konsumen dan hal tersebut dapat dijadikan nilai tambah bagi produk tersebut. Dalam penciptaan produk tersebut dibutuhkan pengembangan IC seperti yang telah di teliti oleh Bontis (2000) dan peneliti-peneliti lainnya dimana IC merupakan memandang IC sebagai pengetahuan pribadi dan pengetahuan organisasional yang bersama-sama memberi kontribusi dalam *sustainable competitive advantage*, dengan hal tersebut IC dapat memberikan pengaruh pada *Cost efficiency strategy*. Jadi Perusahaan dapat menentukan atau membuat ciri khas di pasar mengenai produknya di lini kepemimpinan biaya.

H₁ : *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap *Cost Efficiency Strategy*

2. Hubungan *Intellectual Capital* terhadap *Innovation*.

Nilai tambah sendiri dapat menjadi tonggak dalam era globalisasi dimana inovasi teknologi selalu berkembang (Sawarjuwono & Agustine, 2003). 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 yang berorientasi pada strategi inovasi cenderung menawarkan produk yang unik, dan mereka mampu membebaskan harga ini kepada pelanggannya. Perusahaan yang cenderung berorientasi pada strategi inovasi diprediksi akan memiliki nilai *premium price capability* yang tinggi (Gani dan Jermias, 2006).

Pada penelitian Santo Rodrigues *et al.* (2011) pengaruh *Intellectual Capital* pada kapabilitas Inovasi pada organisasi pelayanan publik. Penelitian ini mengungkapkan bahwa ada pengaruh langsung antara *Intellectual Capital* terhadap kapabilitas Inovasi, dengan prinsip dari apa yang telah dihasilkan melalui inovasi. Lebih spesifik lagi ditemukan bahwa *Structural Capital* cenderung berpengaruh pada Kapabilitas Inovasi.

IC dapat berpengaruh terhadap produk perusahaan yang memiliki inovasi baru dimana inovasi tersebut meningkatkan *premium price capability* perusahaan tersebut. Nilai tambah itu muncul ketika adanya pandangan berbeda kepada inovasi yang diberikan pada produk perusahaan.

Dalam penelitian Dewi (2009) *Knowledge Based Theory* berpandangan bahwa pengetahuan merupakan salah satu asset yang sangat penting bagi

perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong penciptaan IC melalui pengembangan ilmu pengetahuan individu maupun organisasi dan memberikan pengaruh terhadap perkembangan inovasi produk di perusahaan, karena perusahaan senantiasa berkembang dan memetakan pasarannya sesuai inovasi produk yang dibuatnya.

H₂ : *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap *Innovation*

3. Hubungan *Cost Efficiency Strategy* terhadap Kinerja Perusahaan.

Gani dan Jermias (2006) menyatakan bahwa *asset utilization efficiency* mengindikasikan pentingnya efisiensi operasional bagi sebuah perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pada efisiensi biaya cenderung beroperasi dalam lingkungan yang stabil, memproduksi produk yang standar dan menerapkan prosedur operasi standar.

Profit margin diukur berdasarkan nilai yang diciptakan dihadapkan dengan cost yang diperlukan untuk mendapatkan dan untuk mentransformasikan *tangible assets* menjadi barang jadi maupun jasa/pelayanan (Ulrich, 1998). Chang (2010) menguji pengaruh komponen IC terhadap kinerja perusahaan ditemukan bahwa perusahaan dengan kontribusi IC yang berbeda menciptakan kinerja yang berbeda pula.

Penghematan biaya produksi tentunya akan berdampak pada Harga Pokok Produksi yang rendah. Hal tersebut dapat menguntungkan bagi perusahaan karena selain melakukan penghematan tetapi juga sebagai salah satu faktor perusahaan dapat mendapatkan *profit* yang tinggi dari produknya. Apalagi apabila produk tersebut merupakan produk pokok atau sudah ada dan memiliki tempat

khusus di kebutuhan masyarakat maka akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan serta tidak mustahil apabila perusahaan dapat mendapatkan *profit* yang tinggi.

H₃ : *Cost Efficiency Strategy* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan

4. Hubungan *Innovation* terhadap Kinerja Perusahaan.

Beberapa alasan mengapa *intangible asset* merupakan kekayaan yang vital dan strategis, yakni *value is indirect, value is contextual, value is potential, dan assets are bundled*, *Intangible assets* seperti pengetahuan dan teknologi jarang mempunyai dampak langsung terhadap pendapatan dan laba (Berg, 2000).

Pengembangan *Intangible asset* menjadi sesuatu kelebihan bagi perusahaan dimana menciptakan inovasi produk bagi perusahaan dan berdampak pada *profit* tinggi sebagai cerminan kinerja perusahaan yang baik.

Perusahaan yang berorientasi pada strategi inovasi cenderung menawarkan produk yang unik, dan mereka mampu membebaskan harga ini kepada pelanggannya. Perusahaan yang cenderung berorientasi pada strategi inovasi diprediksi akan memiliki nilai *premium price capability* yang tinggi (Gani dan Jermias, 2006).

Pengukuran strategi dalam penelitian ini mengadopsi dari Gani dan Jermias (2006), Singh dan Agarwal (2002). Strategi kompetitif ditentukan berdasarkan analisis dari variabel intensitas biaya penelitian dan pengembangan, efisiensi penggunaan aset dan kapabilitas harga premium.

Chen *et al.*, (2011) melakukan penelitian mengenai pengaruh keunggulan kompetitif sebagai mediator antara modal intelektual dan kinerja perusahaan. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa efek mediasi keunggulan kompetitif pada hubungan modal intelektual dan kinerja perusahaan memenuhi kondisi mediasi seperti yang ditunjukkan oleh Baron dan Kenny (1986) dan Jose (2008). Kapabilitas Inovasi menurut penelitian Wu (2003) memiliki pengaruh untuk membawa *Intellectual Capital* lebih efektif dalam meningkatkan kinerja keuangan.

Perusahaan yang memiliki inovasi baru dimana inovasi tersebut meningkatkan *premium price capability* perusahaan tersebut. Nilai tambah itu muncul ketika adanya pandangan berbeda kepada inovasi yang diberikan pada produk perusahaan. Nilai tambah itu akan memberikan dampak pada pemasaran tersendiri pada produk yang dijual maka akan mendukung peningkatan kinerja perusahaan.

H₄ : *Innovation* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

5. Hubungan *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Perusahaan.

Dalam ekonomi berbasis pengetahuan, IC dianggap sebagai komponen penting bagi penciptaan keuntungan kompetitif perusahaan. Berbagai penelitian telah membuktikan hubungan antara IC dengan kinerja perusahaan (Borneman, 1999; Makki *et al.*, 2008; Bornemann dan Leitner, 2002; Goh, 2005; Firer dan Williams, 2003; Carmeli dan Tisher, 2004; Chang, 2010; Clark *et al.* 2010). Aspek yang berbeda dari komponen IC memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan aspek yang lain (Firer dan Williams, 2003; Clarke *et al.* 2010; Chang, 2010).

Dalam ekonomi berbasis pengetahuan, IC dianggap sebagai komponen penting bagi penciptaan keuntungan kompetitif perusahaan. Menurut Stewart (1991, 1997) dalam Min Lu (2010) juga merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan *competitive advantage (knowledge, information, intellectual property rights, experience)*, IC merupakan aset tidak berwujud yang menghasilkan nilai bagi perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan assetnya, baik aset fisik maupun aset non-fisik (*Intellectual Capital*) akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Elemen-elemen pembangun *Intellectual Capital* antara lain *human capital, structural capital, dan customer capital*. Dengan memaksimalkan unsur-unsur dalam IC perusahaan dapat menciptakan produk-produk bisnisnya yang *favorable* di mata konsumen. Dengan kekuatan IC yang dapat memberikan *return positif*, dengan begitu penerapan IC dalam mempengaruhi kinerja perusahaan menjadi meningkat.

H₅ : *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

C. Model Penelitian

GAMBAR 2.1
Skema Model Penelitian

