

HUBUNGAN ANTARA STRATEGI INOVASI DENGAN KINERJA KEUANGAN YANG DIMEDIASI OLEH MODAL INTELEKTUAL DAN KINERJA PELANGGAN ¹⁾

Hariyati

(Universitas Negeri Surabaya)

(email : aan_har@yahoo.com)

Bambang Tjahjadi

(Universitas Airlangga)

(email : bambang.tjahjadi@gmail.com)

ABSTRACT

This research examines the relation between innovation strategy and company's financial performance through mediation between intellectual capital and customer performance. The hypothesis in this research is that the innovation strategy affects the financial performance which is mediated by intellectual capital and customer performance. This research is a quantitative research in the explanatory level. The population of this research is all of the manufacturer companies in East Java. There are 398 companies. The data is collected through questionnaires. There are 135 questionnaires or response rate for 34%. The analysis unit is business unit. The research respondent is the manager of business unit in Manufacturing Company in East Java. The research result shows that the intellectual capital and customer performance mediates partially the relation between innovation strategy and financial performance.

Keywords :customer performance, financial performance, innovation strategy, mediation, intellectual capital,.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan ekonomi saat ini menuju pada pembentukan pasar tunggal. Pembentukan pasar tunggal disebut Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) ini memungkinkan satu negara menjual barang dan jasa dengan mudah ke negara-negara lain di seluruh Asia Tenggara sehingga tingkat persaingan akan semakin ketat. Terdapat 4 (empat) fokus dalam implementasi MEA, yaitu : (1) negara-negara di kawasan Asia Tenggara akan dijadikan sebuah wilayah kesatuan pasar dan basis produksi, (2) membentuk kawasan ekonomi dengan tingkat kompetisi yang tinggi, yang memerlukan suatu kebijakan yang meliputi *competition policy, consumer protection, Intellectual Property Rights (IPR), taxation, dan E-Commerce,*

1. Paper ini pernah di presentasikan pada acara Konferensi Regional Akuntansi 2 pada tanggal 29-30 April 2015 dengan mendapat predikat sepuluh paper terbaik.

(3) menjadikan kawasan yang memiliki perkembangan ekonomi yang merata, dengan memprioritaskan pada Usaha Kecil Menengah (UKM), dan (4) MEA akan diintegrasikan secara penuh dengan perekonomian global.

Dalam menghadapi MEA, semua entitas dituntut untuk menghasilkan kinerja yang baik, yang ditinjau dari aspek keuangan dan non keuangan. Untuk mencapai kinerja yang baik, maka entitas harus mempunyai *Competitive advantage*, sehingga semua entitas bisa bersaing dipasar global. *Competitive advantage* dapat dicapai dengan memiliki strategi bersaing yang tepat. Terdapat berbagai macam strategi yang digunakan entitas, antara lain tipologi strategi *prospector* yang dikemukakan oleh Miles dan Snow (1978) dan *differentiation strategy* yang dikemukakan oleh Porter (2008) menekankan persaingannya melalui proses inovasi serta strategi inovasi yang berkelanjutan yang dikemukakan oleh Terziovski (2002). Semua entitas harus mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bersaing di era MEA.

Terdapat kesenjangan teori terkait dengan strategi untuk mencapai *competitive advantage* atau kinerja yang diharapkan. Teori Organisasi Industrial (*Industrial Organization – I/O*) menekankan bahwa untuk mencapai kinerja entitas yang diharapkan harus memperhatikan dan mempelajari faktor-faktor dan lingkungan eksternal (Porter, 1996). Menurut *Resource Based Theory (RBT)*, menekankan untuk mencapai kinerja entitas yang diharapkan sangat ditentukan oleh karakteristik dan faktor-faktor internal entitas (Barney, 1991). Untuk menutupi kesenjangan kedua teori tersebut maka, dalam penelitian ini digunakan *Contingency Theory*. Dalam *Contingency Theory* dijelaskan bahwa desain suatu entitas akan efektif dan dapat diterapkan secara universal hanya pada kondisi tertentu saja (Otley, 1980). Kondisi suatu entitas berbeda-beda, sehingga desain entitas juga berbeda. Desain entitas hanya *fit* untuk suatu kondisi tertentu saja. Implementasi dalam *RBT* dan *I/O* sangat tergantung pada variabel variabel kontijensi seperti yang dijelaskan dalam *Contingency Theory*. Penggunaan *Contingency Theory* inilah yang memotivasi peneliti dalam mengidentifikasi kondisi yang *fit* untuk desain entitas tertentu dan mengembangkan teori yang mendukungnya.

Menurut Hambrick (1981) strategi entitas merupakan pola keputusan yang berhubungan dengan pencapaian kinerja. Kinerja entitas yang bersifat multidimensial yang harus dicapai agar entitas dapat mencapai kinerja yang diharapkan. Pengukuran kinerja dapat ditinjau dari pengukuran yang bersifat tunggal dan pengukuran yang bersifat komprehensif. Pengukuran kinerja yang komprehensif meliputi pengukuran kinerja dari berbagai aspek. Pengukuran kinerja dari aspek tunggal tidak dapat menginformasikan aspek yang komprehensif (Bhargava dkk., 1994). Pengukuran kinerja harus menginformasikan pengukuran dari semua aspek sehingga menjadi pengukuran kinerja yang komprehensif (Bhargava dkk., 1994; Venkatraman dan Ramunajam, 1986). Merancang pengukuran kinerja entitas dibutuhkan model yang sesuai. Pengukuran kinerja dengan model yang sesuai akan mampu menggambarkan kinerja keseluruhan dari entitas.

Balanced scorecard (BSC) oleh Kaplan dan Norton, (2009) merupakan salah satu pengukuran kinerja yang bersifat multidimensional. *BSC* meliputi kinerja non keuangan dan keuangan yang terdiri dari 4 (empat) perspektif. Perspektif tersebut adalah perspektif keuangan yang dihasilkan dari 3 (tiga) perspektif lainnya yaitu perspektif pelanggan yang menunjukkan kinerja pelanggan, perspektif internal proses bisnis yang menunjukkan kinerja proses internal, dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.

Kinerja non keuangan dan kinerja keuangan dapat dicapai bila terdapat modal intelektual yang mumpuni. Hal ini disebabkan untuk mencapai hal tersebut diperlukan pengetahuan dan informasi yang handal. Dalam menghadapi MEA, perkembangan ekonomi sangat dikendalikan oleh informasi dan pengetahuan. Hal ini berdampak pada peningkatan perhatian pada modal intelektual (Stewart, 1997; Hong dkk, 2007). Modal intelektual merupakan variabel untuk menentukan nilai entitas (Hong dan Hancock, 2007; Guthrie, 2001). Demikian pula, Harrison dan Sullivan (2000) mengemukakan bahwa kesuksesan entitas sangat dipengaruhi oleh usaha-usaha rutin entitas untuk memaksimalkan nilai-nilai dari modal intelektual yang dimiliki entitas. Hal ini juga sesuai dengan Bontis (1998), Bontis dkk. (2001) yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *structural capital* dengan *business performance*.

Menurut *Resources Based Theory*, modal intelektual memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya unik yang mampu menciptakan *competitive advantage* dalam merumuskan strategi sehingga dapat menciptakan *value* bagi entitas. Beberapa praktisi menyatakan bahwa modal intelektual terdiri dari tiga elemen utama (Stewart 1997, Sveiby 1998, Bontis 1999) yaitu *human capital*, *structural capital* atau *organizational capital*, dan *relational capital* atau *customer capital*. Kinerja entitas meliputi kinerja keuangan dan kinerja non keuangan. Untuk mencapai kinerja keuangan yang baik diperlukan kinerja non keuangan, antara lain adalah kinerja pelanggan. Salah satu elemen Modal Intelektual adalah *relational capital* atau *customer capital*. *Customer capital* yang mumpuni cenderung meningkatkan kinerja pelanggan yang lebih baik. Menurut BSC (Kaplan dan Norton, 2009), kinerja pelanggan didefinisikan sebagai segmen pasar yang ditargetkan dan mengukur kesuksesan entitas berdasarkan segmen tersebut, terdiri dari pangsa pasar, tingkat perolehan konsumen, kemampuan mempertahankan pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, dan tingkat *profitabilitas* pelanggan. Variabel kinerja pelanggan dilihat dari 3 (tiga) indikator yaitu: *Product / Service Attributes*, *Relationship*, dan *Image*.

Dalam menghadapi MEA semua entitas harus mempunyai *competitive advantage* agar dapat bersaing dipasar Asia. Di Indonesia, isu tentang inovasi produk dan proses diberbagai bidang usaha manufaktur menjadi isu yang menarik. Hal ini terjadi karena siklus hidup produk yang semakin pendek. Proses produksi dengan *cost* yang rendah dengan tetap mengedepankan mutu yang baik juga menjadi hal yang menarik perhatian. Di Indonesia, khususnya di Jawa Timur terdapat kurang lebih 1266 entitas (Disperindag, 2013) yang tergolong pada entitas manufaktur besar dan menengah. Tingkat pertumbuhan entitas manufaktur berfluktuasi sejak tahun 2012. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, entitas manufaktur di Jawa Timur pada tahun 2012 menduduki peringkat ketiga sesudah DKI Jakarta dan Kalimantan Timur dalam hal kinerja ekspornya yaitu memberikan sumbangan sebesar 10,04 % atas kinerja ekspor di Indonesia. Jawa Timur memberikan sumbangan PDB terbesar yaitu sebesar 20,85 % (Majalah Industri, 2013). Menghadapi era globalisasi, entitas manufaktur di Jawa Timur harus mempunyai keunggulan bersaing. Mencapai keunggulan bersaing dengan menerapkan strategi yang tepat

yaitu strategi inovasi yang berkelanjutan melalui inovasi produk dan inovasi proses dengan memperhatikan peran modal intelektual dan kinerja kinerja pelanggan. Hal ini tersebut akan berdampak pada kinerja keuangan entitas.

Motivasi dari penelitian ini adalah (1) menutup kesenjangan teori dan kajian empiris sebelumnya pada RBT dan model *I/O* dengan memasukkan variabel variabel kontijensi, (2) menguji pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja keuangan yang dimediasi oleh modal intelektual dan kinerja pelanggan, (3) membuktikan bahwa strategi inovasi suatu entitas manufaktur dapat berfungsi sebagai petunjuk dan pegangan bagi eksekutif pelaksana dalam mencapai kinerja keuangan yang baik melalui peran modal intelektual dan kinerja pelanggan. Adapun originalitas penelitian ini adalah : (1) penggunaan variabel strategi inovasi berkelanjutan yang terintergrasi antara inovasi produk dan proses dan teknologi informasi yang belum pernah dilakukan oleh peneliti peneliti khususnya di Indonesia, (2) penggunaan variabel modal intelektual dan kinerja pelanggan sebagai variabel pemediasi, (3) menggunakan pendekatan integratif dengan memasukkan variabel modal intelektual dan kinerja non keuangan sebagai variabel kontekstual terkait dengan pendekatan kontijensi yang belum pernah dilakukan pada penelitian sebelumnya, (4) Menggunakan *single mediating* dan *multiple mediating* atas pengaruh strategi inovasi berkelanjutan dengan kinerja keuangan.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menunjukkan pentingnya strategi inovasi yang diterapkan pada entitas manufaktur di Jawa Timur yang akan berdampak pada kinerja keuangan entitas melalui beberapa variabel mediasi. Berdasarkan hal tersebut diatas maka terdapat beberapa permasalahan yang perlu diteliti adalah bagaimana entitas dapat mencapai kinerja keuangan yang optimal dengan implementasi strategi inovasi melalui variabel-variabel konstektual dalam pendekatan kontijensi. Oleh karena itu, topik dari penelitian ini adalah bagaimana hubungan strategi inovasi dengan kinerja keuangan yang dimediasi oleh modal intelektual dan kinerja pelanggan.

Rumusan Masalah / Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah strategi inovasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan secara langsung
2. Apakah modal intelektual dan kinerja pelanggan memediasi hubungan strategi inovasi dengan kinerja keuangan.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah strategi inovasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan secara langsung
2. Untuk mengetahui apakah modal intelektual dan kinerja pelanggan memediasi hubungan strategi inovasi dengan kinerja keuangan.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Kontijensi

Tesis dasar pendekatan kontijensi adalah tidak ada konsep atau desain entitas yang akan bisa diterapkan secara universal dimana saja atau dalam kondisi apa saja dan secara efektif (Otley, 1980). Suatu desain entitas hanya sesuai atau cocok untuk suatu konteks atau kondisi tertentu saja. Pendekatan kontijensi mendorong peneliti mengidentifikasi kondisi yang sesuai untuk desain entitas tertentu dan mengembangkan teori yang mendukungnya (Riyanto, 1999). Teori kontijensi mengidentifikasi bentuk optimal pengendalian entitas di bawah kondisi operasi yang berbeda dan menjelaskan bagaimana prosedur operasi pengendalian entitas tersebut.

Otley (1980) menyatakan bahwa pendekatan kontijensi dapat menjelaskan mengapa sistem akuntansi dapat berbeda dari kondisi yang satu ke kondisi yang lain. Berdasarkan temuannya disimpulkan bahwa ada tiga konsep yang mempengaruhi efektivitas sistem akuntansi yaitu (1) teknologi, (2) struktur entitas, dan (3) lingkungan. Pendekatan kontijensi pada akuntansi manajemen didasarkan pada premis bahwa tidak ada sistem akuntansi secara universal selalu tepat untuk dapat diterapkan pada setiap entitas, tetapi hal ini tergantung pada faktor kondisi atau situasi yang ada dalam entitas. Beberapa peneliti dalam bidang akuntansi manajemen melakukan pengujian untuk melihat hubungan variabel kontekstual.

I/O Theory

Untuk mencapai competitive advantage harus memperhatikan faktor eksternal entitas. Dalam Teori I/O dijelaskan bahwa faktor eksternal (industri) lebih penting dari faktor internal dalam entitas untuk mencapai keunggulan bersaing. Perhatian utama dalam teori I/O adalah persaingan. Analisis struktur kekuatan dalam persaingan, yang lebih dikenal dengan istilah *Five Forces Model* (Porter, 1985) menjadi hal yang sangat penting. Terdapat lima hal dalam *Five Forces Model* yaitu : (1) Persaingan antar entitas sejenis, (2) Kemungkinan masuknya pesaing baru, (3) Potensi pengembangan produk substitusi, (4) Kekuatan tawar menawar penjual/pemasok dan (5) Kekuatan tawar menawar pembeli/konsumen.

Teori I/O menjelaskan bahwa *ketercapaian kinerja* bagi entitas ditentukan oleh karakteristik diluar entitas. Fokus dalam teori ini adalah struktur industri atau daya tarik lingkungan eksternal yang kemudian fokus pada sumberdaya internal entitas. Yang dimaksud faktor eksternal dalam Teori I/O antara lain : (1) Kekuatan Ekonomi, (2) Kekuatan Sosial, Budaya, Demografis, dan Lingkungan, (3) Kekuatan Politik, Pemerintahan, dan Hukum, (4) Kekuatan Teknologi.

Lingkungan eksternal berperan terhadap kondisi usaha, karena faktor lingkungan ini menentukan strategi yang dijalankan (Covin dan Covin, 1990; Miller dan Friesen, 1982). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ansoff (1991) serta Moller dan Friesen (1983) menyatakan bahwa hubungan antara perubahan lingkungan dengan perencanaan strategi sangatlah kuat, jumlah besar untuk mengantisipasi perubahan dan kondisi yang tidak menentu. Bird (1990) mengemukakan bahwa kompleksitas dan perubahan pada lingkungan suatu industri berpengaruh pada intensitas perencanaan strategis. Penelitian yang dilakukan oleh Hopkins dan Hopkins (1997) menyimpulkan bahwa perencanaan stratejik tidak mempengaruhi kinerja keuangan, tetapi kinerja keuangan yang meningkatkan perencanaan stratejik. Penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya hasil yang beragam terkait pencapaian kinerja yang diharapkan dengan implementasi strategi yang *fit*.

Resource Based Theory

Untuk mencapai *competitive advantage* diperlukan peran dari factor internal sebuah entitas. Dalam *Resources Based Theory* menyatakan bahwa faktor internal lebih penting dari eksternal (industri) dalam entitas untuk mencapai keunggulan bersaing. *Resources Based Theory* merupakan pandangan dengan fokus sumber daya dan kapabilitas yang merupakan asas fundamental yang menentukan kesejahteraan masyarakat. Modal suatu entitas berkaitan dengan modal manusia dan modal fisik, yang menentukan proses pemberdayaan kearah penciptaan daya saing entitas dan pada akhirnya pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kemampuan pelaku pemberdayaan ditentukan dari akumulasi berbagai macam modal yang ada, yang pada hakikatnya dihubungkan dengan pandangan *resource base*. Pendapat Teece., dkk (1997) menyatakan bahwa keunggulan daya saing tergantung pada sumber daya yang dimiliki entitas. Gagasan tersebut berasal dari strategik manajemen, yang dihubungkan dengan pandangan *Resources Based Theory*.

Hasil penelitian Barney., dkk (2001) menyatakan bahwa, *Resources Based Theory* memandang entitas sebagai kumpulan sumber daya dan kemampuan yang dimiliki entitas. Perbedaan sumber daya dan kemampuan entitas dengan entitas pesaing akan memberikan keuntungan kompetitif bagi entitas. Menurut *Resources Based Theory* agar memberikan hasil yang optimal, maka sumber daya harus memenuhi kriteria sebagai berikut: (1) *valuable* artinya sumber daya akan menjadi berharga jika dapat memberikan nilai strategis pada entitas, (2) langka artinya sumber daya harus mempunyai keunikan dalam arti yang sulit untuk ditemukan diantara para pesaing dan menjadi potensi entitas, (3) *imperfect imitability* artinya sumber daya dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, hanya jika entitas yang tidak memegang sumber daya ini tidak bisa mendapatkan mereka atau tidak dapat meniru sumber daya tersebut, (4) *non-substitution* artinya sumber daya tidak dapat disubstitusikan oleh sumber daya alternatif lainnya.

Knowledge-Based Theory mengidentifikasi bahwa pengetahuan, yang ditandai oleh kelangkaan dan sulit untuk mentransfer dan mereplikasi, merupakan sebuah sumber daya penting untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan. Hal ini menjadi dasar keunggulan kompetitif

entitas secara berkelanjutan dalam jangka panjang (Edvinsson dan Malone, 1997; Bontis, 2002; Choo dan Bontis, 2002).

Hasil penelitian Grant (1991) mengatakan bahwa menurut *Resources Based Theory, above-average returns (AAR)* bagi suatu entitas sangat ditentukan oleh karakteristik didalam entitas. Teori ini memfokuskan kepada pengembangan atau perolehan sumberdaya dan kapabilitas yang berharga, yang sulit atau tidak mungkin ditiru oleh pesaing.

Strategi Inovasi

Adanya pemberlakuan MEA maka, inovasi memainkan peran utama dalam kegiatan ekonomi. Entitas yang melakukan inovasi diharapkan dapat menembus pasar baru, mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Inovasi merupakan elemen penting dari strategi bisnis entitas. Inovasi telah menjadi kontributor penting bagi kemenangan persaingan. Inovasi telah menjadi fokus utama dari penelitian akademik dan industri secara intensif dalam rangka mengatasi berbagai problematika bisnis yang tengah dihadapi oleh entitas. Inovasi dalam implementasi strategi berperan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam persaingan global (Hitt dkk., 2001; Kuratko dkk., 2005). Tujuan dari inovasi tidak hanya untuk mengurangi biaya, tetapi juga untuk peningkatan kualitas produk dan pelayanan, merancang produk yang lebih baik, daur hidup produk yang lebih panjang, dan merespon kebutuhan dan tuntutan pelanggan. Disamping itu, inovasi dilakukan untuk mengembangkan produk dan pelayanan baru, model entitas yang baru dan teknik pemasaran baru.

Entitas harus lebih inovatif agar dapat bersaing lebih baik di pasar global (Evangelista dkk., 1998). Persaingan global memaksa entitas untuk melakukan inovasi dengan mengurangi biaya produksi dan meningkatkan kemampuan teknologi serta melakukan inovasi produk. Entitas perlu merencanakan struktur entitas dan pekerjaan mereka, meningkatkan kompetensi inti, mengembangkan struktur baru untuk merespon kondisi pasar baru dan permintaan pelanggan, serta menetapkan pasar yang berbeda, meningkatkan jalinan kolaborasi dengan entitas lain, dan menanamkan investasi untuk inovasi (Ulusoy dkk., 2001).

Inovasi menentukan kesuksesan entitas (Hammel, 1999). Inovasi diartikan sebagai proses di dalam entitas untuk memanfaatkan ketrampilan dan sumber daya untuk mengembangkan produk dan atau jasa baru atau untuk membangun sistem produksi dan operasional baru sehingga mampu menjawab kebutuhan pelanggan (Jones, 2004). Pengaruh inovasi terhadap kinerja entitas telah dibuktikan oleh Terziovski (2002). Strategi berkelanjutan dari bawah – atas (*bottom – up*) lebih disukai untuk peningkatan kepuasan pelanggan dan produktivitas (Terziovski, 2002). Sementara strategi *top-down* lebih cocok untuk peningkatan daya saing teknologi. Hasil penelitian Terziovski, lebih lanjut menunjukkan bahwa strategi radikal tepat digunakan untuk melakukan inovasi yang menghasilkan perubahan produk dan proses secara cepat.

Dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan dan persaingan yang semakin tajam maka, beberapa entitas mencoba untuk menerapkan berbagai strategi yang berbeda dengan para pesaing mereka, terutama dalam memantapkan posisi mereka sebagai yang paling inovatif, sebagai produsen yang paling hemat biaya, dan sebagai entitas yang paling responsif terhadap perubahan pasar. Entitas yang memosisikan diri sebagai salah satu yang paling inovatif di pasar, akan berjuang untuk mengetahui kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi dengan mengembangkan produk dan pelayanan baru guna memenuhi kebutuhan ini. Beberapa entitas ternyata lebih unggul dari yang lain dalam mencapai tujuan ini karena mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal yang mereka hadapi.

Kinerja Keuangan

Dalam *Balanced scorecard*, perspektif keuangan merupakan sasaran akhir untuk *profit-maximizing companies*. Ukuran-ukuran kinerja keuangan mengindikasikan apakah strategi entitas, termasuk implementasi dan pelaksanaannya, memberikan kontribusi pada perbaikan *bottom-line*. Kinerja keuangan entitas diperbaiki melalui dua pendekatan dasar yaitu *revenue growth* dan *productivity*. Entitas dapat menghasilkan *profitable revenue* dengan cara memperdalam hubungan dengan pelanggan yang ada, menjual produk, menjual pada pelanggan dalam segmen secara keseluruhan. Perbaikan produktivitas dapat terjadi dalam dua cara, yaitu entitas mengurangi biaya dengan menurunkan *direct and indirect*

expenses atau dengan menggunakan *financial and physical asset* dengan lebih efisien, mengurangi *working and fixed capital* yang dibutuhkan untuk mendukung sebuah level bisnis yang diberikan. Keterkaitan strategi dalam perspektif keuangan muncul ketika entitas memilih sebuah keseimbangan antara pertumbuhan dan produktivitas. Variabel kinerja keuangan ini meliputi 3 (tiga) indikator yaitu: pertumbuhan pendapatan, pengurangan atau penghematan biaya dan peningkatan penggunaan aset serta peningkatan nilai pelanggan.

Modal Intelektual

Modal intelektual merupakan hal yang penting dalam menentukan aktivitas-aktivitas entitas. Ide atau gagasan tentang modal intelektual dimulai pada pertengahan tahun 1980-an yang diindikasikan dengan munculnya pergeseran dari *production based to service* ke *knowledge-based economy*. Untuk memanfaatkan modal intelektual, entitas perlu memahami apakah yang dimaksud dengan modal intelektual tersebut. Melalui pemahaman makna aset *intangible*, entitas dapat menyusun dan menetapkan strategi serta kebijakan-kebijakan untuk mengevaluasi dan memaksimalkan produktivitas aset mereka yang paling bernilai tersebut.

Stewart (1997) mendefinisikan modal intelektual sebagai materi intelektual yaitu pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual, pengalaman yang digunakan untuk menciptakan kesejahteraan. Pengetahuan telah menjadi faktor produksi yang penting dan oleh karenanya aset intelektual harus dikelola oleh entitas dengan baik. Mouritsen (1998) mendefinisikan modal intelektual sebagai suatu proses pengelolaan teknologi yang mengkhususkan untuk menghitung prospek entitas di masa yang akan datang. Modal intelektual merupakan kategori *intangible asset* yang merupakan sesuatu yang berhubungan dengan teknologi, konsumen, kontrak, proses data, modal personal, pemasaran, lokasi, dan *goodwill*. Harrison dan Sullivan (2000) mengemukakan bahwa kesuksesan entitas sangat dipengaruhi oleh usaha-usaha rutin entitas untuk memaksimalkan nilai-nilai dari modal intelektual yang dimiliki entitas. Modal intelektual memberikan diversitas nilai-nilai entitas yang berbeda-beda seperti peningkatan keuntungan akuisisi inovasi dari entitas lain, loyalitas konsumen, pengurangan biaya, dan perbaikan produktivitas.

Modal intelektual mencakup semua dimensi aset *intangible*. Definisi *intangible asset* menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2012) yaitu bahwa aset tidak berwujud merupakan aset non moneter yang diidentifikasi dan penanganan substansi fisik untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang dan jasa, untuk dipinjamkan pada pihak lain atau untuk tujuan administratif. Sumber daya yang ada merupakan sumber daya yang berhubungan dengan konsumen seperti kompetensi, reputasi dan loyalitas. Kompetensi didefinisikan sebagai kemampuan untuk melakukan tugas-tugas tertentu yang ada pada tingkat individual dan entitasional. Pada tingkat individual, mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, sedangkan pada tingkat entitasional mencakup database klien yang spesifik, teknologi, metode, prosedur, dan budaya entitas. Modal intelektual meliputi *human capital*, *customer capital* dan *structural capital* (Bontis, 1996).

Kinerja Pelanggan

Customer perspective dalam *strategy map* dijelaskan bahwa manajer mengidentifikasi segmen pelanggan yang ditargetkan di mana unit bisnis bersaing dan mengukur kinerja unit bisnis untuk pelanggan dalam segmen pasar yang ditargetkan. *Customer perspective* meliputi beberapa ukuran umum dari *successful outcome* dari sebuah strategi yang dapat dipandang dalam *cause and effect relationship*, yaitu: *customer satisfaction*, *customer retention*, *customer acquisition*, *customer profitability*, *market share*, dan *account share*.

Entitas dapat mengidentifikasi tujuan dan ukuran untuk proposisi nilai yang ditawarkan sebagai komunikasi entitas terhadap apa yang dilakukan kepada para pelanggannya. Tujuan dan ukuran untuk suatu proposisi nilai tertentu mendefinisikan strategi entitas. Dengan mengembangkan tujuan dan ukuran yang spesifik untuk proposisi nilainya, entitas menerjemahkan strategi ke dalam ukuran-ukuran *tangible* agar semua karyawan dapat memahami dan melakukannya ke arah peningkatan.

Hipotesis Penelitian

Inovasi dalam implementasi strategi memerlukan peran modal intelektual yang kompeten yang selanjutnya mempengaruhi kinerja pelanggan karena dengan adanya inovasi dalam implementasi strategi

akan meningkatkan produktivitas entitas dan kinerja pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja keuangan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi inovasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan secara langsung
2. Strategi inovasi berpengaruh terhadap modal intelektual secara langsung
3. Modal intelektual berpengaruh kinerja pelanggan secara langsung
4. Kinerja pelanggan berpengaruh terhadap kinerja keuangan secara langsung
5. Strategi inovasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang dimediasi modal intelektual dan kinerja pelanggan.

Model Penelitian

Berdasarkan kerangka teoritis dan hipotesis yang diajukan maka dikembangkan model penelitian seperti disajikan pada Gambar 1. Model penelitian tersebut menggambarkan bahwa strategi inovasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang dimediasi oleh modal intelektual dan kinerja pelanggan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dirancang sebagai *causal studies* (Cooper & Emory, 1995). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif pada tingkatan *explanatory*. Data dikumpulkan dengan media kuesioner. Unit analisis penelitian ini adalah unit bisnis. Responden penelitian adalah manajer unit bisnis entitas manufaktur di Jawa Timur. Penelitian ini merupakan penelitian perilaku yang menggunakan persepsi manajer unit bisnisebagai pihak yang dianggap memiliki pengetahuan yang cukup holistik tentang variabel-variabel penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh entitas manufaktur di Jawa Timur yang berjumlah 398 entitas. Untuk menghindari rendahnya respons terhadap kuesioner penelitian, maka kuesioner dikirim melalui fax

dan email kepada seluruh populasi tersebut. Untuk meningkatkan *response rate*, maka dilakukan wawancara melalui telpon. Sampai batas waktu pengumpulan data, sebanyak 135 kuesioner dapat terisi atau *response rate* sebesar 34 persen.

Variabel dan Definisi Variabel

Kinerja keuangan

Kinerja keuangan merupakan Variabel Dependen. Kinerja keuangandidefinisikan sebagai suatu konsekuensi dari suatu keputusan ekonomi yang diambil dari suatu tindakan ekonomi. Kinerja keuangan mengacu pada konsep *Balanced Scorecard* yang dikembangkan oleh Kaplan dan Norton (1992) yang menunjukkan adanya perencanaan, implementasi serta evaluasi dari pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan. Variabel kinerja keuangan ini meliputi 3 (tiga) indikator yaitu: pertumbuhan pendapatan, pengurangan atau penghematan biaya dan peningkatan penggunaan asset serta peningkatan nilai pelanggan.

Strategi inovasi

Strategi inovasi merupakan Variabel Independen. Strategi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah strategi inovasi yang diterapkan secara berkelanjutan, yang didefinisikan sebagai cara yang digunakan entitas untuk bersaing dalam industrinya secara berkelanjutan. Variabel strategi inovasi dalam penelitian mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Terziovski (2002). Instrumen yang dikembangkan dalam penelitian ini menyangkut 2 (dua) aspek yaitu inovasi produk dan proses, dan teknologi informasi. Dengan menggunakan 5 point skala *Likert*, responden diberi pertanyaan tentang posisi entitas dibandingkan entitas lain dari dua aspek inovasi dan teknologi informasi.

Modal Intelektual

Modal intelektual merupakan Variabel Mediasi. Modal intelektual merupakan materi intelektual (pengetahuan, informasi, *property intelektual*, pengalaman) yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. yang merupakan suatu kekuatan akal kolektif atau seperangkat pengetahuan yang berdaya guna

yang berperan dalam proses inovasi. Dalam penelitian ini, variabel modal intelektual dibentuk oleh 3 (tiga) indikator yaitu *human capital*, *customer capital*, dan *structural capital* dan diukur dengan menggunakan instrumen kuesioner yang dikembangkan oleh Bontis (1997), diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan lima skala Likert.

Kinerja Pelanggan

Kinerja pelanggan merupakan Variabel Mediasi. Kinerja pelanggan didefinisikan sebagai proses bisnis yang berkaitan dengan pelanggan yang mengacu pada konsep *Balanced Scorecard* yang dikembangkan oleh Kaplan dan Norton (1992). Kinerja Pelanggan menjelaskan bagaimana proses dalam entitas dilakukan untuk mendukung pemuasan kebutuhan pelanggan. Variabel kinerja pelanggan dilihat dari 3 (tiga) indikator yaitu: *Product / Service Attributes*, *Relationship*, dan *Image*.

Pengujian Hipotesis Mediasi

Fokus dari penelitian ini adalah pengaruh mediasi modal intelektual dan kinerja pelanggan terhadap hubungan strategi inovasi dengan kinerja keuangan. Analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian (*variance*). Analisis *structural equation modeling* (SEM) dengan program *WARP PLS* versi 3.00 digunakan untuk menguji hipotesis.

Metode pemeriksaan pengaruh mediasi dilakukan dengan cara melakukan dua kali analisis, yaitu analisis dengan melibatkan variabel mediasi dan analisis tanpa melibatkan variabel mediasi. Analisis tanpa melibatkan variabel mediasi atau pengaruh langsung Strategi Inovasi berkelanjutan dengan Kinerja Keuangan menunjukkan bahwa strategi inovasi berkelanjutan berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan secara statistik signifikan pada level 5%.

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis yang melibatkan variabel mediasi. Pengujian pengaruh mediasi dilakukan dengan pendekatan perbedaan koefisien. Metode pemeriksaan variabel mediasi dengan pendekatan perbedaan koefisien dilakukan dengan langkah sebagai berikut: (a) memeriksa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada model tanpa melibatkan

variabel mediasi, (b) memeriksa pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen pada model dengan melibatkan variabel mediasi, (c) memeriksa pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi, dan (d) memeriksa pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen (Solimun, 2011; Hair dkk., 2010; Kock, 2010, 2011, 2014).

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

Fokus dari penelitian ini adalah menguji pengaruh mediasi modal intelektual dan kinerja pelanggan terhadap hubungan antara strategi inovasi dengan kinerja keuangan. Uji statistik yang pertama dilakukan dengan menguji pengaruh langsung variabel Strategi terhadap variabel Kinerja Keuangan, yang kemudian dilakukan uji pengaruh tidak langsung yang melibatkan variabel mediasi.

UJI PENGARUH LANGSUNG

Uji pengaruh langsung yang dimaksudkan adalah uji hubungan strategi inovasi dengan kinerja keuangan.

Uji validitas, Reliabilitas, Kolinearitas dan Kecocokan Model Data

=== **Insert Tabel 1** ===

Dari Tabel 1 menunjukkan nilai loading dari indikator STR dan KK lebih dari 0,70 dengan nilai p-value kurang dari 5% (signifikan), hal ini berarti pengukuran konstruk STR dan KK telah memenuhi syarat validitas konvergen. Validitas konvergen juga bisa dilihat dari nilai AVE.

Nilai AVE dari variabel STR dan KK lebih dari 0,50 yang berarti pengukuran konstruk STR dan KK telah memenuhi syarat validitas konvergen.

Untuk menguji reliabilitas data dapat dilihat dari Nilai *Composite Reliability Coefficients* dan *Cronbach's Alpha Coefficients* dari variabel STR dan KK. Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan nilainya lebih dari 0,70 yang berarti variabel STR dan KK adalah reliabel (lihat Tabel 1).

Sedangkan masalah kolinearitas dapat dilihat dari nilai AVE. Nilai AVE pada variabel STR dan KK kurang dari 3,3 maka dapat dikatakan bahwa model bebas dari masalah kolinearitas vertical, lateral dan *common method bias*.

Selanjutnya untuk uji kecocokan model dapat dilihat dari nilai *average path coefficient* (APC) dan nilai *average R-Square* (ARS). Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *average path coefficient* (APC) yang dihasilkan sebesar 0,730 dan signifikan kurang dari 5%. Nilai *average R-Square* (ARS) yang dihasilkan sebesar 0,533 dan signifikan kurang dari 5%. Nilai *average variance inflation factor* (AVIF) sebesar 1 kurang dari 5. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *goodness of fit* model telah terpenuhi.

Hasil Estimasi Koefisien Jalur dan Effect Size

Pada Tabel 2 Koefisien jalur yang dihasilkan adalah positif yaitu sebesar 0,730 dengan p-value kurang dari 5%. Hal ini berarti STR berpengaruh positif signifikan terhadap KK yaitu semakin baik STR maka KK semakin baik. Hubungan strategi inovasi dengan kinerja keuangan dapat dilihat pada gambar 3.

Sedangkan nilai *Effect Size* yang dihasilkan sebesar 0,533 lebih dari 0,35 menunjukkan bahwa STR memiliki pengaruh yang besar terhadap KK yang berarti STR punya peran yang sangat penting untuk meningkatkan KK. Besarnya pengaruh STR terhadap KK dapat dilihat dari nilai *R-Squared Coefficients* yaitu sebesar 0,533 yang berarti besarnya pengaruh STR terhadap KK adalah sebesar 53,3%.

=== Insert Tabel 2 ===

UJI PENGARUH TIDAK LANGSUNG

Uji pengaruh tidak langsung yang dimaksudkan adalah uji hubungan strategi inovasi dengan kinerja keuangan melalui variabel mediasi modal intelektual dan kinerja pelanggan.

Uji validitas, Reliabilitas, Kolinearitas dan Kecocokan Model Data

=== Insert Tabel 3 ===

Dari Tabel 3 dapat dilihat hasil uji validitas, Reliabilitas, Kolinearitas dan Kecocokan Model Data. Nilai loading dari indikator STR, KP dan IC dan KK lebih dari 0,70 dengan nilai p-value kurang dari 5% (signifikan), hal ini berarti pengukuran konstruk STR, KP dan IC dan KK telah memenuhi syarat validitas konvergen. Validitas konvergen juga bisa dilihat dari nilai AVE. Nilai AVE dari variabel STR, KP, IC dan KK lebih dari 0,50 yang berarti pengukuran konstruk STR, KP, IC dan KK telah memenuhi syarat validitas konvergen.

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Composite Reliability Coefficients* dan *Cronbach's Alpha Coefficients* dari variabel STR, KP, IC dan KK. Nilai *Composite Reliability Coefficients* dan *Cronbach's Alpha Coefficients* dari variabel STR, KP, IC dan KK lebih dari 0,70 yang berarti variabel STR, KP, IC dan KK adalah reliabel. Untuk uji kolinearitas pada data penelitian ini sudah bebas dari masalah kolinearitas karena nilai *full collinearity* pada variabel STR, IC, KP dan KK kurang dari 3,3.

Untuk uji Kecocokan Model dapat dilihat pada nilai *average path coefficient* (APC) dan Nilai *average R-Square* (ARS). Nilai *average path coefficient* (APC) yang dihasilkan sebesar 0,429 dan signifikan kurang dari 5%. Nilai *average R-Square* (ARS) yang dihasilkan sebesar 0,348 dan signifikan kurang dari 5%. Nilai *average variance inflation factor* (AVIF) sebesar 2,195 kurang dari 5. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *goodness of fit* model telah terpenuhi.

Hasil Estimasi Koefisien Jalur, Effect Size dan R-Squared

Pada Tabel 4 dapat dilihat Hasil Estimasi Koefisien Jalur, Effect Size dan R-Squared. Koefisien jalur yang dihasilkan adalah positif dengan p-value kurang dari 5%. Hal ini berarti STR berpengaruh positif signifikan terhadap IC, STR berpengaruh positif signifikan terhadap KK, IC berpengaruh positif signifikan terhadap KP, dan KP berpengaruh positif signifikan terhadap KK.

Nilai *Effect Size* antara variabel STR dengan IC sebesar 0,221 (medium), menunjukkan bahwa STR memiliki pengaruh yang sedang terhadap IC. Nilai *Effect Size* antara variabel STR dengan KK sebesar 0,214 (medium), menunjukkan bahwa STR memiliki pengaruh yang sedang terhadap KK. Nilai *Effect*

Size antara variabel KP dengan KK sebesar 0,480 (besar), menunjukkan bahwa KP memiliki pengaruh yang besar terhadap KP. Nilai *Effect Size* antara variabel IC dengan KP sebesar 0,131 (rendah), menunjukkan bahwa KP memiliki pengaruh yang rendah terhadap IC.

Variasi KK dapat dijelaskan oleh variasi STR dan KP sebesar 69,3% sedangkan variasi KP dapat dijelaskan oleh variasi IC sebesar 13,1%, variasi IC dapat dijelaskan oleh variasi STR sebesar 22,1%. Hasil estimasi menunjukkan bahwa pengaruh STR terhadap KK secara tidak langsung dan melalui KP dan IC adalah sebesar 10,1% dengan p value kurang dari 5%.

==== **Insert Tabel 4** =====

Jadi pada model *direct effect* pada Gambar 3 menunjukkan bahwa strategi inovasi berkelanjutan berpengaruh terhadap kinerja keuangan sebesar 0,730 dan secara statistik signifikan pada level 5 %. Hal ini berarti STR berpengaruh signifikan secara statistik terhadap KK yaitu semakin baik STR maka KK semakin baik. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variansi kinerja keuangan (KK) dapat dijelaskan oleh variansi strategi inovasi (STR) sebesar 53,30 %.

Pada model *indirect effect* yang ditunjukkan pada Gambar 4 menunjukkan bahwa pengaruh langsung Strategi inovasi berkelanjutan terhadap kinerja keuangan secara statistik signifikan pada level 5% dengan nilai koefisien jalur turun menjadi 0.29. Selanjutnya dilakukan pengujian pengaruh mediasi untuk hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Jika salah satu hubungan variabel pemediasi atau keduanya tidak signifikan maka dikatakan bukan sebagai variabel mediasi (Solimun, 2011; Hair dkk., 2010; Kock, 2010, 2011, 2014).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah Strategi inovasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang dimediasi modal intelektual dan kinerja pelanggan. Pengaruh mediasi modal intelektual (MI), dan kinerja pelanggan (KP) terhadap hubungan strategi inovasi berkelanjutan (STR) dengan kinerja keuangan (KK) secara statistik pada level signifikansi 5% dapat dilihat dari jalur berikut ini:

- (a) Strategi inovasi berkelanjutan (STR) berpengaruh terhadap modal intelektual (MI) dan secara statistik signifikan pada level 5% dengan nilai koefisien 0,47.

(b) Modal intelektual(MI) berpengaruh terhadap kinerja pelanggan (KP) secara statistik pada level signifikansi 5% dengan nilai koefisien 0,36

(c) Kinerja pelanggan (KP) berpengaruh terhadap kinerja keuangan (KK) dan secara statistik signifikan pada level 5% dengan nilai koefisien 0,59 .

Dari identifikasi ketiga jalur tersebut maka modal intelektual (MI) dan kinerja pelanggan (KP) memediasi secara parsial hubungan antara strategi inovasi berkelanjutan (STR) dengan kinerja keuangan (KK). Hal ini karena semua jalur pemediasi signifikan yaitu modal intelektual (MI) ke kinerja pelanggan (KP).Oleh karena itu hipotesis kedua dalam penelitian ini terbukti.

PEMBAHASAN

Modal intelektual entitas (MI) dan kinerja pelanggan (KP) memediasi secara parsial hubungan antara strategi inovasi berkelanjutan (STR) dengan kinerja keuangan (KK). Hal ini karena jalur pemediasi secara statistik signifikan yaitu modal intelektual entitas (MI) dan kinerja pelanggan (KP).

Hubungan strategi dengan modal intelektual menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik. Hal ini karena implementasi strategi membutuhkan peran dari modal intelektual yang mempunyai kompetensi. *Human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* sangat dibutuhkan dalam implementasi strategi inovasi yang dilaksanakan secara berkelanjutan. Sesuai dengan pendapat dari Harrison dan Sullivan (2000) bahwa kesuksesan entitas yang ditunjukkan oleh hasil kerjanya sangat dipengaruhi oleh usaha-usaha rutin entitas untuk mengoptimalkan nilai-nilai dari modal intelektual yang dimiliki entitas. Modal intelektual (*human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*) memberikan dukungan dan diversitas nilai-nilai entitas yang berbeda-beda seperti peningkatan laba, akuisisi inovasi dari entitas lain, loyalitas konsumen, efisiensi dan keefektifan penggunaan biaya, dan perbaikan produktivitas (proses dan produk) dalam berinovasi serta implementasi teknologi informasi.

Inovasi merupakan proses di dalam entitas yang memanfaatkan ketrampilan dan sumber daya untuk mengembangkan produk dan atau jasa baru serta membangun sistem produksi dan operasional

baru. Dengan inovasi entitas mampu menjawab kebutuhan pelanggan. Asosiasi dan hubungan strategi inovasi yang diterapkan secara berkelanjutan dengan kinerja entitas berdasarkan *Resources-Based Theory* merupakan hubungan yang penting dan kritikal bagi entitas untuk berkompetisi secara efektif di pasar domestik dan global serta dianggap sebagai salah satu dari komponen paling penting dari strategi entitas (Davila, 2000; Hitt dkk., 2001). Hasil penelitian Gloet dan Terziovski (2004) juga menjelaskan pentingnya manajemen sumber daya manusia yang merupakan bagian dari *human capital*, ketika membangun strategi inovasi bagi inovasi produk dan inovasi proses. *Knowledge management* mendukung kinerja inovasi jika terdapat pendekatan secara menyeluruh dan simultan dari *soft Human Resources Management practices* dan *hard Information Technology practices*. Bila hal ini diimplementasikan secara bersama-sama maka akan dapat bersinergi dengan baik. Strategi yang diimplementasikan entitas akan menentukan kebutuhan akan modal intelektual dalam rangka menuju kinerja yang baik.

Entitas manufaktur di Jawa Timur pada umumnya selalu membuat produk yang inovatif yang dapat dijangkau oleh pelanggan dan memberi kepuasan pelanggan. Inovasi produk dan proses membutuhkan peran dari modal intelektual yang mempunyai kompetensi yang handal. Oleh karena itu implementasi strategi inovasi yang berkelanjutan membutuhkan peran dari modal intelektual yang kompeten. Inovasi adalah penciptaan keunikan produk dan efisiensi produksi serta gagasan baru atas produk produknya dalam menghadapi MEA dan persaingan yang semakin tajam. Inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Inovasi dalam proses produksi menggambarkan perubahan dalam cara entitas memproduksi produk dan jasa akhir dari suatu entitas. Inovasi proses merupakan sarana untuk meningkatkan kualitas dan juga penghematan biaya. Hal ini mencerminkan bahwa adopsi proses inovasi diakui dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk yang dihasilkan.

Inovasi produk dan proses membutuhkan teknologi informasi yang handal. Berdasarkan hasil penelitian ini, entitas-entitas manufaktur sangat mengedepankan teknologi dalam implementasi strateginya. Strategi inovasi juga tidak lepas dari peran teknologi. Teknologi Informasi yang menjadi

elemen utama dalam Sistem Informasi Strategik,serta pengaruhnya terhadap kinerja entitas masih memiliki peluang besar untuk dielaborasi dalam implementasi strategi. Teknologi Informasi meliputi : kemampuan teknologi, pertimbangan ekonomi dalam memanfaatkan teknologi, kelayakan aplikasi, ketrampilan dan kemampuan mengembangkan aplikasi, tekanan terhadap entitas dan industri tertentu untuk meningkatkan kinerja, dan kemampuan entitas dalam menerapkan teknologi informasi. Hasil dari penelitian juga menyimpulkan hampir semua entitas manufaktur di Jawa Timur sangat mengedepankan teknologi informasi dalam implementasi strateginya.

Dalam penelitian ini, modal intelektual merupakan jumlah dari tiga elemen utama entitas yang dalam penelitian ini merupakan indikator dari variabel modal intelektual yaitu *humancapital*, *structural capital*, *customer capital* yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi. Modal intelektual memberikan nilai lebih bagi entitas berupa keunggulan bersaing entitas. Era globalisasi, inovasi produk dan proses dan teknologi informasi serta persaingan bisnis yang ketat pada abad ini memaksa entitas-entitas untuk mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Untuk memenangkan persaingan, entitas-entitas harus dengan cepat mengubah strateginya dari bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor-based business*) menuju *knowledge based business* (bisnis berdasarkan pengetahuan), sehingga karakteristik utama entitasnya menjadi entitas berbasis ilmu pengetahuan.

Hubungan antara modal intelektual dengan kinerja pelanggan menunjukkan hasil yang signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan ada hubungan modal intelektual dengan kinerja pelanggan. Kinerja pelanggan yang meliputi atribut produk, hubungan dengan pelanggan, dan *brand image* berdampak pada kebutuhan modal intelektual. Entitas manufaktur di Jawa Timur sangat memperhatikan pentingnya modal intelektual. Hal ini terlihat adanya pemberdayaan yang terkait dengan *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Hampir semua entitas manufaktur di Jawa Timur tidak melakukan perencanaan keuangan yang terkait dengan pemberdayaan dan pembiayaan modal intelektual. Penggunaan aset fisik dan keuangan serta aset tetap masih mendominasi untuk memberi kontribusi pada kinerja entitas.

Kinerja pelanggan merupakan sumber dari komponen pendapatan untuk tujuan keuangan. Semakin ketatnya pertarungan mempertahankan para pelanggan lama dan merebut para pelanggan baru membuat kinerja pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Entitas menentukan dan menyeleksi terlebih dahulu pelanggan dan segmen pasar yang dipilih untuk bersaing. Dalam perspektif pelanggan menggunakan ukuran berupa “nilai” yang diberikan kepada pelanggan dilihat dari atribut produk, hubungan baik dengan pelanggan, serta *brand image*.

Kinerja pelanggan berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Dalam perspektif pelanggan yang menunjukkan kinerja pelanggan, entitas perlu terlebih dahulu menentukan segmen pasar dan pelanggan yang menjadi target bagi entitas atau badan usaha. Selanjutnya, manajer harus menentukan alat ukur yang terbaik untuk mengukur kinerja dari tiap unit operasi dalam upaya mencapai target finansialnya. (Kaplan, dan Norton, 1996). Produk dikatakan bernilai apabila manfaat yang diterima produk lebih tinggi daripada biaya perolehan (bila kinerja produk semakin mendekati atau bahkan melebihi dari apa yang diharapkan dan dipersepsikan pelanggan). Entitas dalam memuaskan *potential customer* sehingga perlu melakukan segmentasi pasar untuk melayani dengan cara terbaik berdasarkan kemampuan dan sumber daya yang ada. Kinerja pelanggan yang baik berdampak pada kinerja keuangan.

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan melalui peran dari modal intelektual dan kinerja pelanggan secara parsial. Faktor internal dan eksternal selain modal intelektual dan kinerja pelanggan juga menjadi hal yang perlu diperhatikan atas hubungan strategi inovasi dengan kinerja pelanggan. Hal ini mendukung teori I/O yang menyatakan faktor eksternal (yang dalam penelitian ini adalah kinerja pelanggan) menjadi hal yang penting atas hubungan strategi inovasi dengan kinerja keuangan. Begitu pula dalam RBT yang menyatakan faktor internal (yang dalam penelitian ini adalah modal intelektual) menjadi hal yang penting atas hubungan strategi inovasi dengan

kinerja keuangan. Penggunaan teori kontijensi menjadi hal yang penting untuk menutup kesenjangan yang ada dalam teori I/O dan RBT.

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain : (1) penelitian ini tidak mempertimbangkan siklus hidup bisnis, (2) peneliti tidak menganalisis variabel modal intelektual secara individu namun dalam penelitian ini, modal intelektual adalah gabungan antara human capital, structural capital dan customer capital, (3) sampel penelitian ini berasal dari entitas manufaktur saja sehingga temuan penelitian ini tidak dapat digeneralisasi ke industri lain.

Adapun saran untuk penelitian mendatang berkaitan dengan penelitian mendatang adalah : (1) mempertimbangkan siklus hidup bisnis, (2) menganalisis elemen dari modal intelektual secara individu, (3) memperluas sampel penelitian, dan (4) memperluas variabel kontekstual (selain modal intelektual dan kinerja pelanggan) dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J.B. 1991. Firm Resources and sustained Competitive Advantage. *Journal of Management* 17(1): pp. 99-120.
- Barney, J., M. Wright, and D. J. Ketchen. 2001. The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625-641.
- Bhargava, M., C. Dubelaar, and S. Ramaswami. 1994. Reconciling diverse measures of performance: a conceptual framework and test of a methodology. *Journal of Business Research*, 31(2), 235-246.
- Bird, A. 1990. A 1990 Twist On Strategic Planning. *Banker's Magazine* Pp 66-69 (March-April 1990)
- Bontis, N. 1996. There's a price on your head: managing intellectual capital strategically. *Business Quarterly*, 60, 40-78.
- Bontis, N. 1998. Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management decision*, 36(2), 63-76.
- Bontis, N. 1999. Managing organisational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. *International Journal of technology management*, 18(5), 433-462.

- Bontis, N. 2001. Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital. *International journal of management reviews*, 3(1), 41-60.
- Bontis, N. 2002. National intellectual capital index: Intellectual capital development in the Arab Region. *Institute for Intellectual Capital Research, Ontario*.
- Choo, C. W., dan N. Bontis. 2002. The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge: *Oxford University Press*.
- Covin, J. G., and Covin, T. 1990. Competitive aggressiveness, environmental context, and small firm performance. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14(4): 35-50.
- Davila, T. 2000. An empirical study on the drivers of management control systems' design in new product development. *Accounting, Organizations and Society*, 25(4), 383-409.
- Edvinsson, L., and M. Malone. 1997. Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower. *NY: Harper Business, New York: ISBN 0-66730-841-4*.
- Evangelista, R., T. Sandven, G. Sirilli, and K. Smith. 1998. Measuring innovation in European industry. *International Journal of the Economics of Business*, 5(3), 311-333.
- Grant, R. M. 1991. The resource based theory of competitive advantage : Implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3),114-135
- Guthrie, J. 2001. The management, measurement and the reporting of intellectual capital. *Journal of Intellectual capital*, 2(1), 27-41.
- Hair, J.F.R.E. Anderson, 2013. Multivariate Data Analysis Fifth Edition, *New Jersey, Prentice Hall*.
- Hambrick, D. C. 1981. Environment, strategy, and power within top management teams. *Administrative Science Quarterly*, 253-275.
- Hamel, G. (1999). Bringing silicon valley inside. *Harvard Business Review*, 77 (5), 70–84
- Harrison, S., and P. H. Sullivan Sr. 2000. Profiting from intellectual capital: learning from leading companies. *Industrial and Commercial Training*, 32(4), 139-148.
- Hitt, M. A., R. D. Ireland, S. M. Camp, and D. L. Sexton. 2001. Strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 479-491
- Hong, Pew, Tan., David Plowman and Phil Hancock. 2007. Intellectual Capital and Financial Return of Companies. *Journal of Intellectual Capital*. Vol 3, No.1, 51- 61

- Hopkins and Hopkins. 1997. "Strategic Planning – Financial Performance Relationship in Bank ; A Causal Examination" *Strategic Management Journal*, Vol 18:8,pp:635-652
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2012. Standar Akuntansi Keuangan. *Jakarta:Salemba Empat*
- Jones G.R. 2004., *Organizational Theory, Design,and Change, Prentice Hall.*
- Kaplan, R.S, and David P.N. 2001. The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment. *Massachusetts: Harvard Business School Press.*
- Kaplan, R. S. 2009. Conceptual foundation s of the Balanced Scorecard.*Handbookof Management Accounting Research*, 3, 1253-1269.
- Kock, N. 2010. Using WarpPLS in E-collaboration Studies: An Overview of Five Main Analysis Steps. *International Journal of e-Collaboration*, 6(4): 1-11.
- Kock, N. 2011. Using WarpPLS in e-Collaboration Studies: Mediating Effects, Control and Second Order Variables, and Algorithm Choices. *International Journal of e-Collaboration*, 7(3): 1-13.
- Kock, N. 2014. Advanced mediating effects tests, multi-group analyses, and measurement model assessments in PLS-based SEM. *International Journal of e-Collaboration*, 10(1), 1-13
- Kuratko, D. F., R. D. Ireland, J. G. Covin, and J. S. Hornsby. 2005. A Model of Middle-Level Managers' Entrepreneurial Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 699-716.
- Miller, D., and P. H. Friesen. 1982. Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic momentum. *Strategic Management Journal*, 3(1), 1-25.
- Miles, R. E., C. C. Snow, A. D. Meyer, dan H. J. Coleman. 1978. Organizational strategy, structure, and process. *Academy of Management review*, 3(3), 546-562.
- Mouritsen, J. 1998. Driving growth: economic value added versus intellectual capital. *Management Accounting Research*, 9(4), 461-482.
- Otley, D. T. 1980. The contingency theory of management accounting: achievement and prognosis. *Accounting, Organizations and Society*, 5(4), 413-428.
- Porter, M. E. 1985. Competitive Advantage :Creating and Sustaining superior performance. New York : *Free Press*
- Porter, M. E. 1996. From competitive advantage to corporate strategy. *Managing the multibusiness company: Strategic issues for diversified groups*, New York, 285-314.

- Porter, M. E. 2008. Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance: *Simon and Schuster. com.*
- Riyanto, B. 1999. Identifikasi Isu Penelitian Akuntansi Manajemen: Pendekatan Kontinjensi. *Media Akuntansi.*
- Stewart, T. A. 1997. Intellectual capital: The new wealth of nations. *New York.*
- Sveiby, Karl Erik. 1998, "Intellectual Capital: Thinking Ahead", *Australian CPA.* June, 18-21
- Teece, D. J., Pisano, G ., and Shuen, A. 1997. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management journal* 18(7), 509-533
- Terziovski, M. 2002. Achieving performance excellence through an integrated strategy of radical innovation and continuous improvement. *Measuring Business Excellence*, 6(2), 5-14.
- Ulusoy, G., A. Özgür, T. Bilgiç, A. R. Kaylan, dan E. Payzın. 2001. A study on technology management process: The parts and components suppliers in the Turkish automotive industry. *Technology Management*, 5(4), 245-260.