

**PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP BUSINESS
PERFORMANCE DAN COMPETITIVE ADVANTAGE
PADA PERUSAHAAN FARMASI
DI JAWA TIMUR**

Wiwit Hariyanto

Sigit Hermawan

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA)

wiwit.hariyanto@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan kajian pengaruh *intellectual capital* terhadap *Business Performance dan Competitive Advantage* industri farmasi di Jawa Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode survey dengan pembagian kuisisioner, *in depth interview*, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diterima dan didukung dengan bukti data empiris adalah H1. *Human capital* berpengaruh terhadap *structural capital*, H2. *Human capital* berpengaruh terhadap *relational capital*, H4. *Human capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage*, H5. *Structural capital* berpengaruh terhadap *relational capital*, H7. *Structural capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage*, H8. *Relational capital* berpengaruh terhadap *business performance* dan H9. *Business performance* berpengaruh terhadap *competitive advantage*. Sedangkan hipotesis yang tidak diterima atau ditolak dan tidak didukung dengan bukti data empiris adalah H3. *Human capital* berpengaruh terhadap *business performance* serta H6. *Structural capital* berpengaruh terhadap *business performance*.

Kata kunci : *Intellectual Capital, Business Performance dan Competitive Advantage*

ABSTRACT

The purpose of this research is to formulate a study of the influence of intellectual capital on Business Performance and Competitive Advantage of the pharmaceutical industry in East Java. The research method used a quantitative approach, and using the techniques of data collection by survey method with the distribution of questionnaires, in depth interviews, documentation and observation. These results indicate that the hypothesis is accepted and supported by the evidence of empirical data is H1. Human capital affects on structural capital, H2. Human capital effect on relational capital, H4. Human capital affects on competitive advantage, H5. Structural capital effect on relational capital, H7. Structural capital affects on competitive advantage, H8. Relational capital affects on business performance and H9. Business performance affects on competitive advantage. While the hypothesis is not accepted or rejected and not supported by evidence, empirical data is H3. Human capital affects on business performance and H6. Structural capital affects on business performance.

Keyword : *Intellectual Capital, Business Performance dan Competitive Advantage*

Pendahuluan

Perubahan telah terjadi dengan bergesernya dominasi sumber daya fisik ke sumber daya tak berwujud dalam bentuk pengetahuan (Andriessen, 2002). Ekonomi dunia saat ini ditandai dengan semakin cepatnya tingkat perubahan, globalisasi dan produk-produk berbasis pengetahuan. Munculnya pengetahuan sebagai sumber daya yang memiliki daya saing tinggi disebabkan pengetahuan memenuhi kriteria untuk dikembangkan menjadi sumber daya perusahaan karena bernilai, langka, sukar atau mustahil untuk ditiru oleh kompetitor dan tidak dapat digantikan oleh sumber daya yang lainnya (Barney, 1991)

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh *the Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA)*, terhadap top eksekutif dari 300 perusahaan keuangan Kanada dan 500 perusahaan Amerika, menyatakan bahwa sumber daya pengetahuan merupakan faktor krusial bagi suksesnya perusahaan (IFAC, 1998). Lebih lanjut studi tersebut menyatakan bahwa "*know how*" yang dimiliki oleh karyawan akan menjadi faktor paling penting untuk memperoleh keunggulan bersaing perusahaan. Seperti halnya *know how* karyawan, kapabilitas inovasi, keahlian, dan kekuatan pikir organisasi akan memainkan peranan penting dalam mendefinisikan kekuatan produktif perusahaan. Adalah Margaret Blair, *a Brookings Institute economist*, yang mendemonstrasikan bahwa nilai dari pengetahuan dan aset tak berwujud tumbuh signifikan sejak tahun 1982 (IFAC, 1998). *Hard assets* dipresentasikan sebesar 62% sebagai nilai pasar perusahaan di tahun 1982, tetapi kemudian turun menjadi 38% di tahun 1992. Pada tahun 1995, perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor kesehatan mendapat nilai buku pasar paling besar di dunia dengan sekitar 75% nilai pasar yang disebabkan oleh aktiva tak berwujud perusahaan.

Porsi yang besar aktiva tak berwujud atas aset organisasi tersebut didukung oleh kontribusi yang besar terhadap penciptaan nilai oleh perusahaan. Melihat begitu besarnya kontribusi *intellectual capital* terhadap *value creation of the firm* maka perusahaan haruslah lebih memperhatikan dan mengelola secara tepat IC-nya sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis dan dapat memperoleh keunggulan bersaing, apalagi di lingkungan global. Upaya untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan di era global dan berpengetahuan ini haruslah dilakukan oleh semua perusahaan termasuk yang bergerak di sektor industri farmasi. Karena industri farmasi adalah industri manufaktur yang sangat padat akan pengetahuan dengan tingkat penelitian yang paling tinggi dan inovatif dibandingkan industri manufaktur lainnya (Sharabati *et al*, 2010; Hariyanto, 2010; dan Chen *et al*, 2004). Beberapa penelitian mengkonfirmasi bahwa perusahaan-perusahaan dengan alokasi dana penelitian dan pengembangan (R&D) yang besar dan konsisten akan menjadi pemimpin di industrinya.

Perkembangan globalisasi industri farmasi memberikan tantangan tersendiri bagi industri farmasi Indonesia. Terlebih dengan berjalannya harmonisasi regulasi farmasi ASEAN yang menciptakan pasar tunggal farmasi di ASEAN, memberikan peta persaingan industri farmasi yang lebih kompleks dan lebih ketat. Perusahaan-perusahaan farmasi di Indonesia dituntut untuk mampu meningkatkan keunggulannya, paling tidak melalui tiga hal berikut yakni mempertahankan pasar domestik, mengembangkan pasar ekspor, dan membangun aliansi strategis yang tepat. Walaupun konsumsi obat per kapita Indonesia masih paling rendah di antara negara-negara ASEAN, namun rerata pertumbuhan industri farmasi Indonesia berada di kisaran 13%-15% per tahun dan merupakan potensi pasar farmasi terbesar di ASEAN. Pada tahun 2004 pemerintah mulai menggalakkan program asuransi kesehatan bagi masyarakat, yang berdampak pada jumlah belanja produk-produk kesehatan oleh masyarakat terus meningkat. Pada tahun 2009 pasar farmasi Indonesia mencapai kisaran Rp 30 triliun, dengan struktur sekitar 30% produk farmasi asing dan 70% produk farmasi domestic. (Hariyanto, 2010).

Dengan demikian untuk dapat bersaing di kawasan ASEAN dan juga di lingkungan global maka industri farmasi haruslah mengelola *intellectual capital*-nya dengan tepat. Karena berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kinerja bisnis (Bontis *et al*, 2000; Bontis, 1998; Cabrita, *et al* 2008; Sharabati *et al*, 2010; Chen *et al* 2004; Belkaoui, 2003), dan meningkatkan *competitive advantage* perusahaan (Chen, 2008).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap *Business Performance* dan *Competitive Advantage* pada industri farmasi di Jawa Timur. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan kajian pengaruh *intellectual capital* terhadap *Business Performance* dan *Competitive Advantage* industri farmasi di Jawa Timur.

Tinjauan Teoritis

Intellectual Capital

Perusahaan menciptakan nilai dari apa yang telah dikerjakan selama proses penciptaan pengetahuan. Secara terakumulasi, "stock" dari pengetahuan dan kapabilitas adalah sesuatu yang "unik" bagi pembelajaran organisasi dan pengalaman. Choo and Bontis (2002:16) mengartikan "stock" sebagai *intellectual capital* perusahaan. *Intellectual capital* berisi modal yang berbeda yang berakar pada karyawan, rutinitas organisasi, hak kekayaan intelektual, dan hubungan dengan pelanggan, supplier, distributor, dan rekan kerja (Choo and Bontis, 2002).

Brooking (1997), mendefinisikan *intellectual capital* secara operasional sebagai bahan intelektual yang diformalkan, diperoleh, dan dikelola untuk menghasilkan asset yang bernilai tinggi. Tidak jauh berbeda dengan definisi tersebut, Bontis (1996) mengungkapkan bahwa *intellectual capital* sukar dipahami, tetapi sekali ditemukan dan dieksplotasi, hal itu akan menyediakan pada organisasi sebuah sumber daya baru untuk berkompetisi dan menang. Penciptaan nilai dan kekayaan dari pengelolaan *intellectual capital* dinyatakan oleh Stewart (1997) bahwa *intellectual capital* adalah material intelektual - pengetahuan, informasi, hak intelektual, pengalaman - yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. Sebuah kolaboratif kekuatan otak dan pengemasan pengetahuan yang bermanfaat.

Menurut *the Society of Management Accountants of Canada (SMAC) in SMAC 1998*, bahwa dalam istilah neraca, aktiva intelektual adalah item yang berbasis pengetahuan, yang dimiliki perusahaan yang akan menghasilkan aliran manfaat masa depan bagi perusahaan. Hal ini termasuk teknologi, manajemen, dan proses konsultasi, seperti halnya memperluas paten kekayaan intelektual. Beberapa konsep *intellectual capital* menurut beberapa penulis disajikan dalam tabel 1

Tabel 1
Perbandingan Konsep *Intellectual Capital* Menurut Beberapa Penulis

Annie Brooking (UK)	Goran Ross (UK)	Thomas Stewart (USA)	Nick Bontis (Canada)
Human Centered Assets Skill, abilities, and expertise, problem solving abilities and leadership style	Human Capital Competence, attitude, and intellectual agility	Human Capital Employees are an organization's most important asset	Human Capital The individual level knowledge that each employee possesses
Infrastructure assets All the technologies, process and methodologies that enable company to function	Organizational Capital All organizational, innovation, processes, intellectual property, and culture assets	Structural Capital Knowledge embedded in information technology	Structural Capital Non human assets or organizational capabilities used meet market requirements
Intellectual	Renewal and	Structural	Intellectual

Property Know-how, trademarks and patents	Development Capital New patents and training efforts	Capital All patents, plans, and trademarks	Property Unlike, IC, IP is a protected asset and has a legal definition
Market Assets Brands, customers, customers loyalty and distribution channels	Relational Capital Relational which include internal and external stakeholders	Customer Capital Market information used to capture and retain customers	Relational Capital Customer capital is only one feature of the knowledge embedded in organizational relationships

Sumber : Bontis, et al. (2000)

Komponen *Intellectual Capital*

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan oleh peneliti dan penulis *intellectual capital*, sebenarnya telah mengarah pada komponen-komponen yang ada di *intellectual capital*. Misalnya Leif Edvinsson, menyatakan bahwa nilai *intellectual capital* suatu perusahaan adalah jumlah dari *human capital* dan *structural capital* perusahaan tersebut (Edvinsson and Malone, 1997). Brooking (1996) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* merupakan fungsi dari empat tipe asset yakni : 1) *market assets*; 2) *intellectual property assets*; 3) *human-centered assets*; 4) *infrastructure assets*. Sedangkan menurut IFAC (1998), *intellectual capital* terdiri dari *human capital*, *customer (relational capital)*, dan *structural (organizational) capital* yang terbagi atas dua kelompok yakni *intellectual property* dan *infrastructure assets*, seperti yang ada di tabel 2

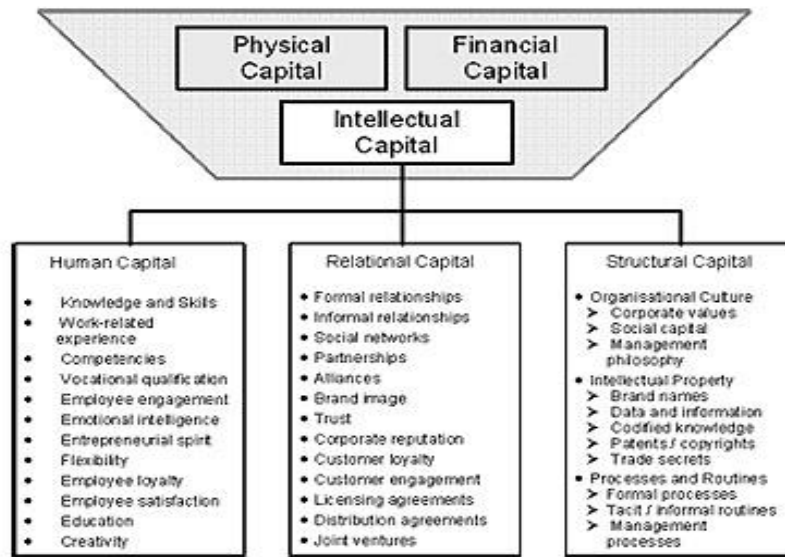
Tabel 2
Elemen-Elemen *Intellectual Capital*

Human Capital <ul style="list-style-type: none"> • Know-how • Education • Vocational qualification • Work-related knowledge • Occupational assessments • Psychometric assessments • Work-related competencies • Entrepreneurial, innovativeness, proactive and reactive abilities, changeability 	Customer (Relational Capital) <ul style="list-style-type: none"> • Brands • Customers • Customer loyalty • Company names • Backlog orders • Distribution channels • Business collaborations • Licensing agreements • Favorable contracts • Franchising agreements
Organizational (Structural) Capital	
Intellectual Property <ul style="list-style-type: none"> • Patents • Copyrights • Design rights • Trade secrets • Trademarks • Service marks 	Infrastructure Assets <ul style="list-style-type: none"> • Management philosophy • Corporate culture • Management processes • Information systems • Networking systems • Financial relations

Sumber : IFAC:1998

Sementara itu Marr (2008:2) menjelaskan bahwa *intellectual capital* bersama-sama *physical capital* dan *financial capital* dapat menjadi sumber daya perusahaan yang penting. *intellectual capital* termasuk di dalamnya adalah semua sumber daya tak berwujud yang diberikan kepada perusahaan dan berkontribusi pada suksesnya strategi perusahaan.

Sumber daya tak berwujud dapat dibagi menjadi tiga yakni *human capital*, *structural capital* dan *human capital*, seperti yang nampak pada gambar 1



Sumber : Marr, 2008:2.

Gambar 1
Klasifikasi *Intellectual Capital* menurut Marr (2008)

Berikut penjelasan masing-masing komponen *intellectual capital* :

a. *Human Capital (HC)*

Human Capital secara khusus mempresentasikan *stock* pengetahuan individu yang tertanam di kapabilitas perusahaan secara kolektif untuk memberikan solusi-solusi terbaik dari para karyawan (Bontis, 1999, dan 2001). Atau bisa juga dinyatakan sebagai segala kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam menunjang tugasnya dan dalam mencapai tujuan perusahaan. Hal tersebut dapat diartikan sebagai jumlah dari ketrampilan pekerja, pengalaman, kapabilitas, dan "*tacit knowledge*" (Edvinsson and Malone, 1997, p 34-5). Sebagai contoh adalah kapasitas inovasi, kreativitas, "*know how*" atau tahu bagaimana, pengalaman sebelumnya, kapasitas tim kerja, fleksibilitas karyawan, toleransi atas perbedaan, motivasi, kepuasan karyawan, kapasitas pembelajaran, loyalitas, pendidikan dan pelatihan formal (CIMA, 2005:2). Moon and Kym (2006) memberikan contoh yang termasuk dalam bagian *human capital* adalah kapabilitas karyawan, kepuasan karyawan dan keberlanjutan karyawan. Untuk keberlanjutan karyawan ini menjadi penting karena terkait dengan keluar masuknya karyawan. Perusahaan dengan keberlanjutan karyawan yang tinggi akan lebih mudah mencapai tujuan perusahaan karena tidak lagi dibingungkan dengan keluar masuknya karyawan. Sedangkan Chen *et al* (2004) dan Sharabati *et al* (2010) menambahkan bahwa kreativitas karyawan juga merupakan bagian yang penting dalam *human capital*.

Beberapa contoh yang termasuk dalam konstruk *human capital* adalah tahu bagaimana, pendidikan, kualifikasi kejuruan, pengetahuan terkait dengan pekerjaan, penilaian pekerjaan, penilaian psikometri, kompetensi terkait dengan pekerjaan, wirausaha, inovatif, memiliki kemampuan proaktif dan reaktif, dan kemampuan untuk berubah (IFAC, 1998:7). Tidak jauh berbeda dengan contoh yang diberikan oleh IFAC, Marr (2008:2) memberikan beberapa contoh yang ada dalam konstruk *human capital* yakni pengetahuan dan ketrampilan, pengalaman terkait dengan pekerjaan, kompetensi, kualifikasi kejuruan atau sesuai bidangnya, keterlibatan karyawan, kecerdasan

emosional, jiwa kewirusahaan, fleksibilitas, loyalitas karyawan, kepuasan karyawan, pendidikan, dan kreativitas karyawan.

b. *Structural Capital (SC)*

Structural capital adalah semua pengetahuan non manusia yang ada di perusahaan seperti perangkat keras, perangkat lunak, data base, struktur organisasi, paten, merk dagang, dan segala sesuatu tentang kapabilitas organisasi yang mendukung produktivitas karyawan. Atau "segala sesuatu yang akan ditinggalkan di kantor ketika karyawan pulang" (Bontis, 2001:45). Sementara itu (CIMA, 2005:2), mendefinisikan *structural capital* sebagai pengetahuan yang berada di dalam perusahaan. Hal tersebut terdiri dari rutinitas organisasi, prosedur, sistem, budaya dan *database*. Misalnya fleksibilitas organisasi, jasa dokumentasi, keberadaan pusat pengetahuan, keberadaan pusat pengetahuan, penggunaan umum teknologi informasi, dan kapasitas pembelajaran organisasi.

Structural capital dapat juga dikatakan atau disama artikan dengan *Organizational Capital (OC)*. IFAC adalah satu satu pihak yang menyamakan antara *structural capital* dan *organizational capital*. Menurut IFAC (1998:9), *organizational capital (OC)* termasuk kapabilitas organisasi yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pasar seperti halnya paten. Dengan demikian setiap paten, merk dagang, alat manajemen, teknik improvisasi, sistem teknologi informasi, atau usaha riset dan pengembangan yang diimplementasikan atau akan diimplementasikan untuk mengembangkan efektifitas dan profitabilitas perusahaan dapat dikategorikan dalam *organizational (structural) capital*.

Structural capital juga berkaitan dengan upaya untuk membangun mekanisme dan struktur organisasi yang dapat membantu karyawan dalam upaya untuk mengoptimalkan kinerja intelektualnya dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Seorang individu dapat memiliki kecerdasan yang tinggi, tetapi jika organisasinya memiliki sistem dan prosedur yang jelek maka modal intelektual yang dimiliki secara keseluruhan tidak akan mencapai potensi sepenuhnya. Sebuah organisasi dengan model struktural yang kuat akan memiliki budaya yang mendukung dan memungkinkan individu untuk mencoba banyak hal, juga untuk gagal, belajar dan untuk mencobanya lagi (Bontis, 1998:66).

c. *Relational Capital (RC)*

Relational capital (RC) atau *customer capital (CC)*, termasuk didalamnya adalah hubungan organisasi dengan pihak luar seperti loyalitas pelanggan, *goodwill*, relasi supplier (IFAC, 1998:9), dan hubungan dengan masyarakat (Moon and Kym, 2006). Sementara itu CIMA (2005:2) mendefinisikan *relational capital* sebagai seluruh sumber daya yang terkait dengan hubungan eksternal perusahaan - dengan pelanggan, supplier, atau partner dalam riset dan pengembangan. Hal tersebut merupakan bagian dari *human capital* dan *structural capital* yang berkaitan dengan hubungan perusahaan dengan *stakeholders* (investor, kreditor, pelanggan, supplier), juga persepsi mereka miliki tentang perusahaan. Misalnya adalah *image*, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, hubungan dengan supplier, kekuatan komersil, kapasitas negosiasi dengan entitas keuangan, dan aktivitas lingkungan.

Menurut Bontis (1998:67), tema pokok dari *relational capital* atau *customer capital* adalah pengetahuan tentang *channel* pemasaran dan hubungan dengan pelanggan. *Customer capital* juga mempresentasikan hal yang potensial dari organisasi yang diperoleh dari *intangible asset* yang telah berlalu. *Intangible assets* tersebut termasuk pengetahuan yang tertanam pada pelanggan, pemasok, pemerintah, atau asosiasi industri terkait. Sehingga esensi dari *customer capital* adalah pengetahuan yang tertanam terkait dengan hubungan eksternal terhadap perusahaan.

Beberapa contoh yang termasuk dalam dimensi *relational capital* atau *customer capital* adalah merk, pelanggan, loyalitas pelanggan, nama perusahaan, *backlogs order*, chanel distribusi, kolaborasi bisnis, perjanjian lisensi, kontrak-kontrak yang menguntungkan, perjanjian waralaba (IFAC, 1998:9), kapabilitas dasar pemasaran, dan intensitas pasar (Chen *et al*, 2004), dan hubungan dengan masyarakat (Moon and Kym, 2006). Contoh lain diberikan Marr (2008:2) bahwa yang termasuk dalam *relational capital* atau *customer capital* adalah hubungan formal, hubungan informal, jaringan sosial, kemitraan, aliansi, citra merk, kepercayaan, reputasi perusahaan, loyalitas pelanggan, perjanjian dengan pelanggan, perjanjian lisensi, perjanjian distribusi, dan *joint ventures*. Q

Kinerja Bisnis

Ukuran kinerja bisnis perusahaan dapat dibagi menjadi dua yakni ukuran *financial* dan *non financial* (Fisher, 1998). Ukuran *financial* sebenarnya menunjukkan berbagai tindakan yang terjadi di luar bidang keuangan. Peningkatan *financial return* merupakan akibat berbagai kinerja operasional yakni diantaranya adalah meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, meningkatnya *cost effectiveness* proses bisnis internal yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan produk dan meningkatnya produktivitas serta komitmen pegawai (Mulyadi dan Setyawan, 2001).

Bontis (1998) mengembangkan pengukuran *business performance* yang terdiri dari sepuluh item *performance* yang dirasakan oleh responden dibandingkan dengan pesaing perusahaan dalam industri yang sama beberapa tahun terakhir. Sepuluh item tersebut adalah 1) kepemimpinan industri, 2) prospek masa depan, 3) laba, 4) pertumbuhan laba, 5) pertumbuhan penjualan, 6) *return on assets* setelah pajak, 7) *return on sales* setelah pajak, 8) respon secara keseluruhan terhadap persaingan, 9) tingkat kesuksesan dalam peluncuran produk baru, 10) kinerja kesuksesan perusahaan secara keseluruhan. Penggunaan pengukuran *business performance* yang dikembangkan oleh Bontis (1998) telah banyak dirujuk dan digunakan oleh peneliti lain baik secara keseluruhan ataupun dengan berbagai modifikasi, antara lain Sharabati, *et al* (2010), Cabrita dan Bontis (2008), Cabrita *et al* (2007), Hsu (2006), Bontis *et al* (2000).

Keunggulan Bersaing Perusahaan

Porter (1980), Coyne (1986) dan Barney (1991) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai kondisi dimana pesaing tidak mampu untuk meniru strategis kompetitif yang dilakukan oleh perusahaan. Atau juga kompetitor tidak mampu meraih manfaat yang perusahaan peroleh dari strategi kompetitifnya. Ukuran keunggulan bersaing perusahaan terdiri atas 11 items (Chen, 2008) yakni 1) perusahaan mempunyai keunggulan bersaing yakni beban lebih rendah daripada pesaing utama; 2) kualitas produk atau jasa yang perusahaan tawarkan lebih baik dibanding dengan produk atau jasa pesaing utama; 3) perusahaan lebih mempunyai kapabilitas dalam riset dan pengembangan serta inovasi dibanding pesaing utama; 4) perusahaan memiliki kapabilitas manajerial yang lebih baik dibanding dengan pesaing utama; 5) perusahaan memiliki profitabilitas lebih baik; 6) pertumbuhan perusahaan di atas pesaing utama; 7) perusahaan adalah "first mover" dalam beberapa bidang dan posisi yang penting; 8) image perusahaan lebih baik daripada pesaing utama; 9) pesaing utama tidak dapat meniru produk atau jasa secara mudah; 10) pesaing utama tidak dapat meniru ide secara mudah; 11) pesaing utama tidak dapat mengganti posisi perusahaan dengan mudah. (Barney, 1991; Coyne, 1986; Porter, 1980).

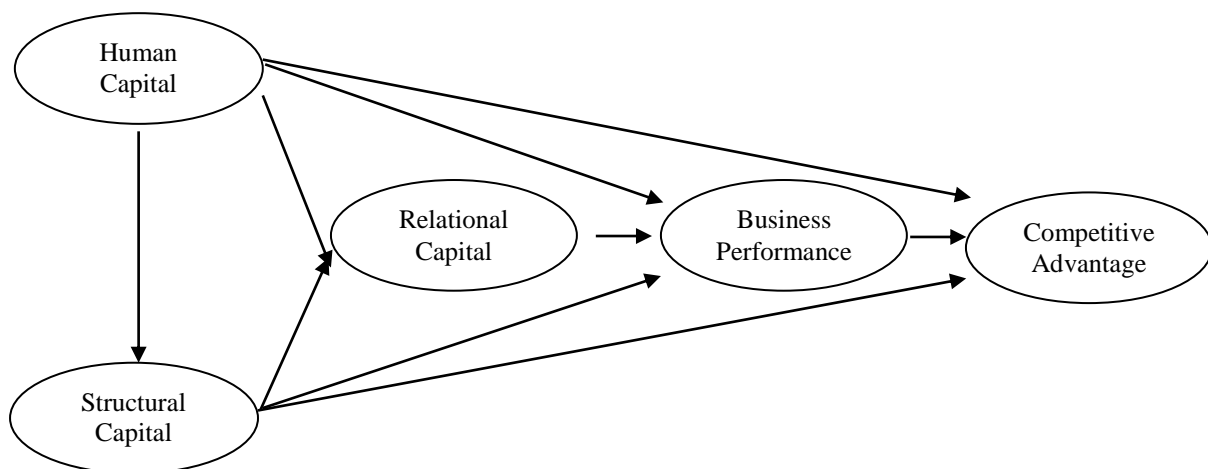
Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Bisnis dan Keunggulan Bersaing

Integrasi atau gabungan antara *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* akan membentuk *intellectual capital*. Apabila perusahaan memiliki karyawan dengan kapabilitas tinggi, kompetensi yang bagus, karyawan yang terpuaskan, kemudian perusahaan memiliki organisasi yang bagus seperti struktur dan proses organisasi yang jelas, budaya organisasi yang baik, dan ditambah dengan kemampuan yang berkaitan dengan pemasaran, pelanggan yang terpuaskan, intensitas pasarnya bagus, serta hubungan dengan masyarakat yang baik maka hal tersebut dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Penelitian Sharabati *et al* (2010), menunjukkan bahwa variabel-variabel *intellectual capital* berpengaruh signifikan dan positif dengan *business performance*. Hasil dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa *relational capital* memiliki nilai signifikansi yang paling besar dibandingkan dengan variabel yang lain yakni *human capital* dan *structural capital*. Demikian pula dengan penelitian Chen *et al* (2004) yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara *intellectual capital* dan *enterprise performance*. Penelitian Cabrita dan Bontis (2008) juga menyatakan hasil yang sama bahwa masing-masing variabel *intellectual capital* berinteraksi dengan *business performance*.

Selain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, *intellectual capital* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Penelitian Chen (2008) menyatakan bahwa tiga elemen dari green intellectual capital yang terdiri atas *green human capital*, *green structural capital*, dan *green relational capital* berpengaruh positif terhadap *competitive advantage* perusahaan kecil dan menengah bidang elektronik di Taiwan.

Metode Penelitian Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja bisnis dan keunggulan bersaing global. Uji pengaruh ini dilakukan guna melihat pengaruh masing-masing dimensi *intellectual capital* yakni *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* terhadap kinerja bisnis dan keunggulan bersaing. Hasil dari uji ini akan digunakan untuk melihat dan memprediksi kuat tidaknya pengaruh masing-masing dimensi terhadap kinerja bisnis dan keunggulan bersaing. Dengan demikian dapat diketahui dimensi yang lemah dalam meningkatkan kinerja bisnis dan keunggulan bersaing sehingga dapat digunakan sebagai bahan rumusan untuk menyusun dimensi *intellectual capital* ideal yang dapat meningkatkan kinerja bisnis dan keunggulan bersaing tingkat global. Adapun kerangka konseptual untuk penelitian kuantitatif dinyatakan dalam gambar 2



Gambar 2
Kerangka Konseptual

Hipotesis :

- H1. *Human capital* berpengaruh terhadap *structural capital*
- H2. *Human capital* berpengaruh terhadap *relational capital*
- H3. *Human capital* berpengaruh terhadap *business performance*
- H4. *Human capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage*
- H5. *Structural capital* berpengaruh terhadap *relational capital*
- H6. *Structural capital* berpengaruh terhadap *business performance*
- H7. *Structural capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage*
- H8. *Relational capital* berpengaruh terhadap *business performance*
- H9. *Business performance* berpengaruh terhadap *competitive advantage*

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian *intellectual capital* banyak digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing dimensi *intellectual capital* baik secara individual maupun simultan terhadap kinerja bisnis (Sharabati, *et al*, 2010; Cabrita dan Bontis, 2008; Cabrita *et al*, 2007; Hsu, 2006; Bontis *et al*, 2000; Bontis, 1999; Bontis, 1998) dan keunggulan bersaing (Chen, 2008).

Obyek Penelitian

Populasi penelitian ini adalah perusahaan farmasi di Indonesia. Sampel populasi adalah perusahaan farmasi di Jawa Timur yang menjadi anggota Gabungan Perusahaan Farmasi Indonesia Wilayah Jawa Timur. Anggota dari organisasi ini adalah sebanyak 44 perusahaan (www.gpfarmasi.org). Alasan menetapkan perusahaan farmasi sebagai obyek penelitian karena pembangunan kesehatan bersama-sama dengan pendidikan dan ekonomi merupakan pilar utama dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia. Sehingga diharapkan akan tercipta sumber daya manusia yang tangguh, produktif dan mampu bersaing untuk menghadapi semua tantangan yang akan dihadapinya (Sedyaningsih, 2010). Maka dengan adanya perusahaan farmasi yang dimiliki oleh bangsa sendiri yang tangguh, berkinerja tinggi dan berdaya saing global diharapkan akan mampu menciptakan obat-obatan yang bermutu tinggi, efisien, murah, terjangkau oleh masyarakat sehingga dapat pilar utama pembangunan kesehatan di Indonesia.

Dari 240 pabrik industri farmasi yang ada di Indonesia tersebut, yang terdapat di propinsi Jawa Timur berjumlah 47 pabrik. Tetapi dari 47 pabrik industri farmasi tersebut tidak semuanya kantor pusat industri farmasi tersebut berkedudukan di wilayah propinsi Jawa Timur. Dari 47 pabrik industri farmasi yang ada di wilayah propinsi Jawa Timur, hanya 44 pabrik saja yang mempunyai kantor pusat yang berkedudukan di wilayah propinsi Jawa Timur.

Metode dan Prosedur Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan cara survey pembagian kuisisioner, *in depth interview*, dokumentasi, dan observasi.

a. Kuisisioner

Kuisisioner sebagai instrument penelitian dalam pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi *intellectual capital* baik secara individual maupun simultan terhadap kinerja bisnis dan keunggulan bersaing di tingkat global. Responden yang akan diberi kuisisioner dalam penelitian adalah manajer akuntansi dan keuangan perusahaan farmasi di Jawa Timur yang berjumlah 44 orang. Kuisisioner akan dibagikan baik secara langsung maupun melalui pos.

b. *In Depth Interview*

In depth interview akan dilakukan sebagai bagian dari penelitian dengan pendekatan kualitatif. *In depth interview* dilakukan dengan cara wawancara terstruktur dan wawancara tak terstruktur terhadap *key informant* yang telah ditetapkan sebelumnya (Moleong, 2000). *In depth interview* dilakukan untuk memahami bisnis di industri farmasi

ini, seluk beluk dan persaingan di bisnis industri farmasi, dan indikator-indikator ideal yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan farmasi dan meraih keunggulan bersaing tingkat global.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data-data terkait dengan kinerja perusahaan farmasi selama ini dan data lain yang terkait. Data bisa berasal dari data primer seperti laporan keuangan, prosepktus perusahaan farmasi, dan juga profil GP Farmasi Indonesia Wilayah Jawa Timur. Data juga bisa berasal dari data sekunder seperti tingkat persaingan perusahaanaan farmasi di tingkat regional, nasional dan internasional, dan juga tingkat produktivitas industry farmasi yang ada. Data ini bisa diperoleh dari *searching* di internet, atau dari media massa lainnya.

d. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung ke obyek penelitian. Observasi dilakukan guna memahami obyek penelitian dan aktivitas yang ada di dalamnya. Misalnya aktivitas pemasaran yang terkait dengan *relational capital*, juga aktivitas yang ada di dalam bagian personalia (HRD) yang terkait juga dengan *human capital*. Demikian pula dengan pengamatan yang terkait dengan sistem kerja, budaya kerja, teknologi informasi yang merupakan bagian dari *structural capital*. Dengan melakukan observasi ini akan melengkapi data *in depth interview* dan data dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini adalah menguji hipotesis satu sampai sebelas yang telah dinyatakan sebelumnya dengan menggunakan pendekatan SEM (*structural equation modeling*). Alasannya adalah karena semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak dapat diukur (variabel laten). Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yaitu persamaan structural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian struktural. Beberapa keunggulan PLS menurut Jogianto & Abdillah (2009, 16) adalah :

- a. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independent (model kompleks)
- b. Mampu mengelola masalah multikolinearitas antara variabel independent
- c. Hasil tetap kokoh (*robust*) meskipun terdapat data yang tidak normal hilang
- d. Dapat digunakan pada sampel kecil
- e. Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal
- f. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu : nominal, ordinal dan kontinu.

Adapun tahap yang akan ditempuh dalam analisis data adalah :

- a. Pengembangan model berbasis teori yaitu pengembangan model yang mempunyai justifikasi teori atau konsep yang akan menghasilkan model hipotetik yang nantinya akan diverifikasi berdasarkan data empirik. Output dari tahap ini adalah didapatkannya dukungan teori yang cukup untuk semua hipotesis yang diajukan.
- b. Uji model untuk membuktikan model bersifat rekursif yang berarti mempunyai hubungan satu arah. Suatu model dikatakan rekursif jika antara variabel eksogen saling bebas (*independent*).
- c. Perhitungan koefisien jalur untuk mengukur pengaruh langsung, tidak langsung dan pengaruh total variabel eksogen dan variabel endogen.
- d. Interpretasi hasil dengan menggunakan signifikansi pada masing-masing koefisien jalur.

Analisis dan Pembahasan

penentuan Indikator Ideal Tentang *Intellectual Capital*, *Business Performance* dan *Competitive Advantage* Pada Industri Farmasi

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan oleh peneliti dan penulis *intellectual capital* terdahulu, sebenarnya telah mengarah pada komponen-komponen atau variable-variabel yang ada di *intellectual capital*. Komponen atau variabel dari *intellectual capital* tersebut terdiri dari *human capital*, *structural capital* dan *relational capital*. Untuk dapat merumuskan indikator ideal dari *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* yang dapat meningkatkan kinerja bisnis industri farmasi dan keunggulan bersaing tingkat global maka peneliti melakukan diskusi terbatas. Adapun hasilnya dapat dilihat dalam tabel 3.

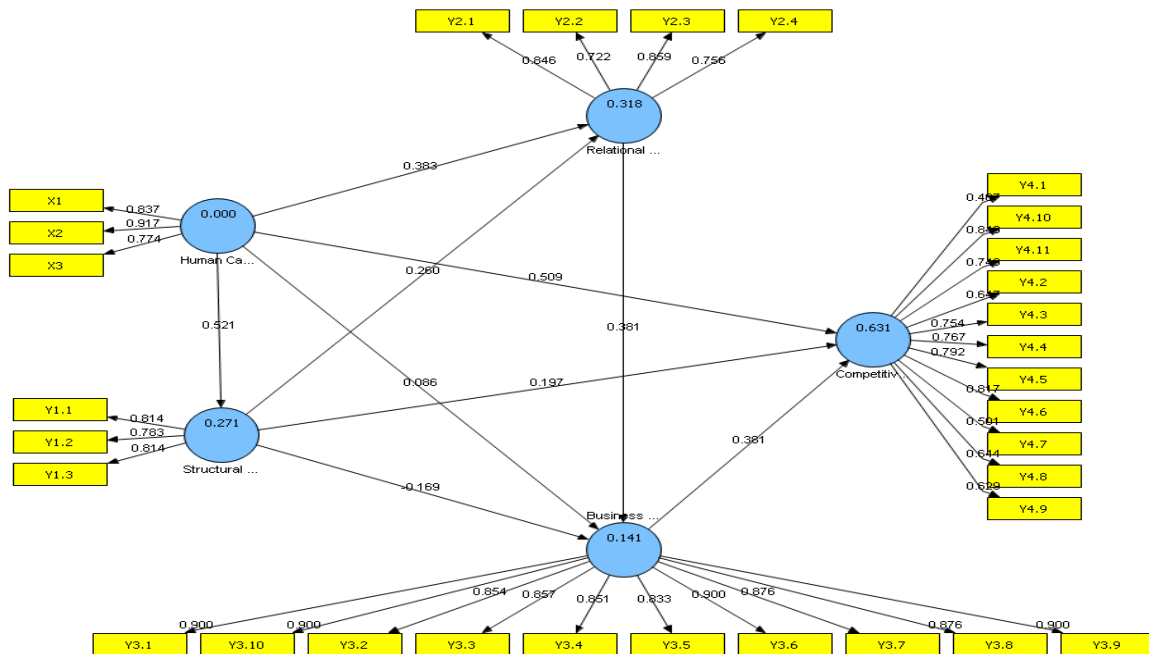
Tabel 3
Daftar Indikator

NO	VARIABEL	INDIKATOR
1	<i>Human Capital</i>	1. Kapabilitas Karyawan
		2. Kepuasan Karyawan
		3. Kretivitas Karyawan
2	<i>Struktural Capital</i>	1. Sistem Informasi
		2. Proses Organisasi
		3. Budaya Organisasi
3	<i>Relational Capital</i>	1. Kapabilitas Dasar Pemasaran
		2. Loyalitas Pelanggan
		3. Intensitas Pasar
		4. Hubungan Dengan Masyarakat
4	<i>Business Performance</i>	1. Kepemimpinan di Industri
		2. Outlook Masa Depan
		3. Keuntungan
		4. Pertumbuhan Keuntungan
		5. Pertumbuhan Penjualan
		6. Return on Asset Setelah Pajak
		7. Return on Sale Setelah Pajak
		8. Respon Persaingan
		9. Kesuksesan Peluncuran Produk Baru
		10. Kesuksesan Perusahaan Secara Menyeluruh
5	<i>Competitive Advantage</i>	1. Biaya
		2. Kualitas Produk
		3. Kapabilitas Reset dan Inovasi
		4. Managerial
		5. Profit
		6. Pertumbuhan Perusahaan
		7. Penggerak Utama / Motivator
		8. Image
		9. Tiruan Produk
		10. Ide Kreatif
		11. Posisi Perusahaan

Sumber : FGD

Pengaruh *Intellectual Capital Terhadap Business Performance dan Competitive Advantage Pada Industri Farmasi*

Hasil analisis yang telah dilakukan terhadap uji pengaruh antar konstruk tersebut seperti diuraikan memperhatikan diagram jalur hasil analisis *PLS* pada tahap akhir maka untuk mempermudah melihat secara sederhana dapat digambarkan hubungan antar konstruk tersebut seperti dalam Gambar 3.



Gambar 3
Diagram Jalur Hasil Pengujian Hipotesis

Adapun interpretasi dari hasil pengujian terhadap sembilan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini (Tabel 4) dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis

H	Pengaruh		Koef Path	T hitung	Keterangan	
H1	<i>Human Capital (X)</i>	→	<i>Structural Capital (Y1)</i>	0.520	10.675*	Signifikan
H2	<i>Human Capital (X)</i>	→	Relational Capital (Y2)	0.382	4.039*	Signifikan
H3	<i>Human Capital (X)</i>	→	Business Performance (Y3)	0.085	0.568	Tidak Signifikan
H4	<i>Human Capital (X)</i>	→	Competitive Advantage (Y4)	0.508	8.244*	Signifikan
H5	<i>Structural Capital (Y1)</i>	→	Relational Capital (Y2)	0.260	3.077*	Signifikan
H6	<i>Structural Capital (Y1)</i>	→	Business Performance (Y3)	-0.169	1.345	Tidak Signifikan
H7	<i>Structural Capital (Y1)</i>	→	Competitive Advantage (Y4)	0.196	2.809*	Signifikan
H8	Relational Capital (Y2)	→	Business Performance (Y3)	0.381	2.863*	Signifikan
H9	Business Performance (Y3)	→	Competitive Advantage (Y4)	0.381	3.938*	Signifikan

* signifikan pada level 5%, nilai t Tabel pada level 5%= 2.015

Sumber: Hasil olahan data primer

Hipotesis 1 : *Human Capital* berpengaruh terhadap *Structural capital*

Berdasarkan perhitungan PLS (Partial Least Square) diatas diketahui bahwa koefisien Path adalah sebesar 0,520 dan t hitung sebesar 10, 675. Ini berarti bahwa hasil t hitung masih lebih besar dari t tabel yaitu 2, 015 (jumlah data 44, nilai t tabel $\alpha=5\%$). Ini berarti bahwa hipotesis 1 diterima bahwa *human capital* berpengaruh terhadap *structural capital*.

Hal ini menunjukkan bahwa *human capital* benar-benar menjadi “roh” tentang bagaimana perusahaan dikelola dengan menciptakan system-sistem, prosedur, mekanisme, struktur dan proses organisasi bahkan budaya organisasi sekalipun yang merupakan bagian dari *structural capital*. Hal tersebut disebabkan karena *human capital* berkaitan dengan manusia yang ada didalam perusahaan yang memiliki kompetensi, kapabilitas, dan pengetahuan untuk mengelola perusahaan.

Hipotesis 1 ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Shih et al (2010) yang menyatakan bahwa *human capital* berpengaruh secara positif dan langsung terhadap *structural capital*. Demikian pula dengan penelitian cabrita & Bontis (2008), Huang & Hsueh (2007), Hsu (2006), Bontis et al (2000) dan Chen et al (2004).

Hipotesis 2 : *Human Capital* berpengaruh terhadap *Relational Capital*

Berdasarkan perhitungan PLS (Partial Least Square) diatas diketahui bahwa koefisien Path adalah sebesar 0,382 dan t hitung sebesar 4,039. Ini berarti bahwa hasil t hitung masih lebih besar dari t tabel yaitu 2, 015 (jumlah data 44, nilai t tabel $\alpha=5\%$). Ini berarti bahwa hipotesis 2 diterima bahwa *human capital* berpengaruh terhadap *relational capital*.

Hal ini sangat dimaklumi karena untuk dapat melakukan hubungan dengan pihak eksternal misalnya pada pelanggan, supplier, kreditur, debitur, dan masyarakat diperlukan pengetahuan, kapabilitas dan kompetensi karyawan yang memadai sehingga hubungan dengan pihak eksternal dapat dijalankan dengan baik. Demikian pula berkaitan dengan mengelola image produk dan jasa, image perusahaan, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kemampuan bernegosiasi, hubungan dengan masyarakat akan sangat bergantung pada *human capital* yang dimiliki perusahaan.

Hipotesis 2 ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Shih et al (2010) yang menyatakan bahwa *human capital* berpengaruh secara positif dan langsung terhadap *structural capital*. Demikian pula dengan penelitian cabrita & Bontis (2008), Huang & Hsueh (2007), Bontis et al (2000) dan Chen et al (2004)

Hipotesis 3 : *Human Capital* berpengaruh terhadap *Business Performance*

Berdasarkan perhitungan PLS (Partial Least Square) diatas diketahui bahwa koefisien Path adalah sebesar 0,085 dan t hitung sebesar 0,568. Ini berarti bahwa hasil t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu 2,015 (jumlah data 44, nilai t tabel $\alpha=5\%$). Ini berarti bahwa hipotesis 3 tidak dapat diterima bahwa *human capital* berpengaruh terhadap *business performance*.

Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian bontis (1998) yakni model *diamond specification*. Pada penelitian tersebut Bontis (1998) tidak mengkaitkan antara *human capital* dengan *business performance*. Tetapi mengkaitkan *human capital* dengan *relational capital* dan *structural capital*, yang kemudian keduanya dikatkan dengan *business performance*. Artinya bahwa *human capital* dapat mempengaruhi *business performance* hanya melalui *structural capital* dan *relational capital*.

Hipotesis 3 ini mendukung model *diamond specification* yang dihasilkan oleh Bontis (1998), tetapi tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Huang & Hsueh (2007), Bollen et al (2005), Seleim et al (2007)

Hipotesis 4 : *Human Capital* berpengaruh terhadap *Competitive Advantage*

Berdasarkan perhitungan PLS (Partial Least Square) diatas diketahui bahwa koefisien Path adalah sebesar 0,508 dan t hitung sebesar 8,244. Ini berarti bahwa hasil t hitung masih

lebih besar dari t tabel yaitu 2,015 (jumlah data 44, nilai t tabel $\alpha=5\%$). Ini berarti bahwa hipotesis 4 diterima bahwa *human capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage*.

Hal ini membuktikan bahwa perusahaan yang memiliki *human capital* yang baik misalnya kompetensi, kapabilitas, pengetahuan dapat menciptakan produk yang lebih kompetitif dibanding kompetitor, biaya lebih efisien dan ide yang lebih kreatif dibandingkan dengan perusahaan kompetitor. Hipotesis 4 ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Chen (2008) yang menyatakan bahwa *human capital* berpengaruh secara positif dan langsung terhadap *competitive advantage*.

Hipotesis 5 : Structural Capital berpengaruh terhadap Relational Capital

Berdasarkan perhitungan PLS (Partial Least Square) diatas diketahui bahwa koefisien Path adalah sebesar 0,260 dan t hitung sebesar 3,077. Ini berarti bahwa hasil t hitung masih lebih besar dari t tabel yaitu 2,015 (jumlah data 44, nilai t tabel $\alpha=5\%$). Ini berarti bahwa hipotesis 5 diterima yakni *structural capital* berpengaruh terhadap *relational capital*.

Hal tersebut membuktikan bahwa organisasi yang memiliki *structural capital* yang kuat akan memiliki budaya yang menjadikan karyawan perusahaan untuk mencoba hal-hal baru, inovatif, kreatif, dan tidak takut gagal (Bontis,1998). Sedangkan aktivitas *relational capital* banyak berkaitan dengan inovasi produk, image produk, inovasi layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan dan juga berhubungan dengan masyarakat. Sehingga dengan *structural capital* yang memungkinkan karyawan untuk berkreasi, berinovasi, dan mencoba hal-hal baru maka akan menjadikan kinerja *relational capital* menjadi meningkat atau berhubungan positif.

Hipotesis 5 ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang mendukung adalah cabrita & Bontis (2008) yang menyatakan bahwa *structural capital* berpengaruh secara positif dan langsung terhadap *relational capital*. Demikian pula juga mendukung penelitian dari cabrita et al (2007) dan Bontis & Fitz-Enz (2002)

Hipotesis 6 : Structural Capital berpengaruh terhadap Business Performance

Dari perhitungan PLS (Partial Least Square) diatas diketahui bahwa koefisien Path adalah sebesar -0,169 dan t hitung sebesar 1,345. Ini berarti bahwa hasil t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu 2,015 (jumlah data 44, nilai t tabel $\alpha=5\%$). Ini berarti bahwa hipotesis 6 tidak dapat diterima bahwa *structural capital* berpengaruh terhadap *business performance*. Hal ini bisa dimaklumi karena *structural capital* lebih banyak mempengaruhi *relational capital*. Artinya *structural capital* dalam bentuk system, prosedur, memperkuat *relational capital* misalnya membuat prosedur yang baik dalam promosi, image produk, hubungan dengan masyarakat dan lain-lain. Berikutnya *relational capital*-lah yang mempengaruhi *business performance*. Hipotesis 3 ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bontis et al (2000), Cabrita & Bontis (2008), Cabrita et al (2007).

Hipotesis 7 : Structural Capital berpengaruh terhadap Competitive Advantage

Berdasarkan perhitungan PLS (Partial Least Square) diatas diketahui bahwa koefisien Path adalah sebesar 0,196 dan t hitung sebesar 2,809. Ini berarti bahwa hasil t hitung masih lebih besar dari t tabel yaitu 2,015 (jumlah data 44, nilai t tabel $\alpha=5\%$). Ini berarti bahwa hipotesis 7 diterima bahwa *structural capital* berpengaruh terhadap *relational capital*.

Hal ini dapat dimaklumi bahwa perusahaan yang memiliki *structural capital* yang baik dalam hal, system, prosedur, mekanisme kerja, struktur organisasi, dan budaya perusahaan akan menjadikan perusahaan lebih memiliki manajerial yang lebih baik dari kompetitor, lebih memiliki kapabilitas researt dan lebih inovatif dibandingkan dengan perusahaan yang lain. Hipotesis 7 ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang mendukung

adalah Chen (2008) yang menyatakan bahwa *structural capital* berpengaruh secara positif dan langsung terhadap *competitive advantage*.

Hipotesis 8 : *Relational Capital* berpengaruh terhadap *Business Performance*

Berdasarkan perhitungan PLS (Partial Least Square) diatas diketahui bahwa koefisien Path adalah sebesar 0,381 dan t hitung sebesar 2,863. Ini berarti bahwa hasil t hitung masih lebih besar dari t tabel yaitu 2, 015 (jumlah data 44, nilai t tabel $\alpha=5\%$). Ini berarti bahwa hipotesis 8 diterima bahwa *relational capital* berpengaruh terhadap *business performance*.

Hal ini dapat dimaklumi bahwa apabila perusahaan mampu mengelolakan *relational capital* yang baik misalnya dengan memberikan kepuasan pada konsumen sehingga konsumen menjad loyal kepada produk atau jasa perusahaan, maka *business performance* akan meningkat, demikian pula apabila tercipta hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga perusahaan memiliki citra yang baik dimata masyarakat maka *business performance* akan mudah untuk ditingkatkan dan menjadi keuntungan tersendiri untuk perusahaan.

Hipotesis 8 ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sharabati et al(2010), Bontis (1998) Wang & Chang (2005) yang menyatakan bahwa *relational capital* berpengaruh secara positif dan langsung terhadap *business performance*.

Hipotesis 9 : *Business Performance* Berpengaruh Terhadap *Competitive Advantage*

Berdasarkan perhitungan PLS (Partial Least Square) diatas diketahui bahwa koefisien Path adalah sebesar 0,381 dan t hitung sebesar 2,938. Ini berarti bahwa hasil t hitung masih lebih besar dari t tabel yaitu 2, 015 (jumlah data 44, nilai t tabel $\alpha=5\%$). Ini berarti bahwa hipotesis 9 diterima bahwa *relational capital* berpengaruh terhadap *business performance*.

Hal ini bisa dimaklumi bahwa perusahaan yang memiliki kinerja yang baik maka dapat berkompetisi dengan perusahaan yang sejenis pada industri yang sama. Sepanjang pengetahuan peneliti pengaruh *business performance* terhadap *competitive advantage* belum ada penelitian yang mendukung.

Hasil lengkap analisis pengujian hipotesis penelitian, untuk memudahkan pemahamannya dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5
Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Pengujian	Hipotesis
Hipotesis yang diterima dan didukung dengan bukti data empiris	H1. <i>Human capital</i> berpengaruh terhadap <i>structural capital</i> H2. <i>Human capital</i> berpengaruh terhadap <i>relational capital</i> H4. <i>Human capital</i> berpengaruh terhadap <i>competitive advantage</i> H5. <i>Structural capital</i> berpengaruh terhadap <i>relational capital</i> H7. <i>Structural capital</i> berpengaruh terhadap <i>competitive advantage</i> H8. <i>Relational capital</i> berpengaruh terhadap <i>business performance</i> H9. <i>Business performance</i> berpengaruh terhadap <i>competitive advantage</i>

Hipotesis yang ditolak karena tidak didukung bukti data empiris	<p>H3. <i>Human capital</i> berpengaruh terhadap <i>business performance</i></p> <p>H6. <i>Structural capital</i> berpengaruh terhadap <i>business performance</i></p>
---	--

Sumber: Hasil olahan dari Tabel 4

Simpulan dan Saran

Kesimpulan

- a. Indikator-indikator ideal dalam pengelolaan *intellectual capital* pada perusahaan farmasi adalah sebagai berikut : 1. *Human capital* terdiri dari kapabilitas karyawan, kepuasan karyawan dan kreativitas karyawan, 2. *Structural capital* terdiri dari sistem informasi, proses organisasi dan budaya organisasi, dan 3 *Relational capital* terdiri dari kapabilitas dasar pemasaran, loyalitas pelanggan, intensitas pasar dan hubungan dengan masyarakat.
- b. Berdasarkan hasil uji hipotesis tentang pengaruh *intellectual capital* terhadap *business performance* dan *competitive advantage* diatas maka dapat diketahui bahwa hipotesis yang diterima dan didukung dengan bukti data empiris adalah H1. *Human capital* berpengaruh terhadap *structural capital*, H2. *Human capital* berpengaruh terhadap *relational capital*, H4. *Human capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage*, H5. *Structural capital* berpengaruh terhadap *relational capital*, H7. *Structural capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage*, H8. *Relational capital* berpengaruh terhadap *business performance* dan H9. *Business performance* berpengaruh terhadap *competitive advantage*. Sedangkan hipotesis yang tidak diterima atau ditolak dan tidak didukung dengan bukti data empiris adalah H3. *Human capital* berpengaruh terhadap *business performance* serta H6. *Structural capital* berpengaruh terhadap

Saran

- a. Dalam kaitannya dengan rumusan pengelolaan *Intellectual Capital* yang dapat meningkatkan kinerja bisnis industri farmasi dan meraih keunggulan bersaing tingkat global maka bagi perusahaan seharusnya memperhatikan indicator-indikator ideal untuk masing-masing komponen. Misalnya *Human capital* harus lebih memperhatikan masalah kapabilitas karyawan, kepuasan karyawan dan kreativitas karyawan, 2. *Structural capital* harus lebih memperhatikan masalah sistem informasi, proses organisasi dan budaya organisasi, serta 3 *Relational capital* harus lebih memperhatikan masalah kapabilitas dasar pemasaran, loyalitas pelanggan, intensitas pasar dan hubungan dengan masyarakat.
- b. Bagi peneliti berikutnya dalam kaitannya dengan penelitian untuk merumuskan pengelolaan *Intellectual Capital* yang dapat meningkatkan kinerja bisnis industri farmasi dan meraih keunggulan bersaing tingkat global sebaiknya menambah dengan beberapa variable yang lain misalnya *knowlage manajemen*.
- c. Bagi gabungan perusahaan Farmasi Jatim dengan memperhatikan penelitian tersebut dapat menjadi acuan dalam melakukan pembinaan terhadap perusahaan farmasi yang menjadi anggotanya agar perusahaan farmasi dapat meningkatkan kinerja bisnisnya dan meraih keunggulan bersaing tingkat global.

Daftar Pustaka

- Andreou, Andreas N. 2006. An Exploratory Study To Identify Operational Knowledge Assets from Intangible Value Drivers in High Tech Sector. *Dissertation*. The George Washington University.

- Andriessen, Daniel. 2002. *Making Sense of INTELLECTUAL CAPITAL. Designing a Method for the Valuation of Intangibles*. USA : Elsevier, Inc
- Asni, Nur. 2008. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Pasar Pada Perusahaan Jasa Keuangan di Bursa Efek Jakarta. Program Pasca Sarjana. Magister Akuntansi. Tesis. Tidak Dipublikasikan.
- Barney, J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. Vol 17, pp 99 - 120
- Bollen, L., Vergauwen, P. and Schnieders, S. 2005. Linking Intellectual Capital and Intellectual Property to company performance. *Management Decision*, Vol. 43 No. 9, pp. 1161-85.
- Bontis, Nick. 1999. Managing An Organizational Learning System By Aligning Stocks and Flows of Knowledge : An Empirical Examination of Intellectual Capital, Knowledge Management, and Business Performance. *Dissertation*. Richard Ivey School of Business. The University of Western Ontario. Canada.
- Bontis, Nick. 1998. Intellectual Capital : An Exploratory Study That Develops Measures and Models. *Management Decision*. Vol 36 No 2, pp 63-76
- Bontis, Nick., Keow, William Chua Chong., and Richardson, Stanly. 2000. Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries. *Journal of Intellectual Capital*. Vol 1 No 1, pp 85-100
- Bontis, Nick. 2001. Assessing Knowledge Assets : A Review of The Model Used To Measure Intellectual Capital. *International Journal of Management Reviews*. Volume 3, Issue 1, pp 41 - 60.
- Bontis, Nick and Enz, Jac Fitz. 2002. Intellectual Capital ROI : A Casual Map of Human Capital Antecedents and Consequents. *Journal of Intellectual Capital*. Vol 3 No 3, pp 223 - 247
- Brooking, Annie. 1997. *Intellectual Capital*. London : International Thompson Business Press
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data penelitian Kualitatif, Pemahaman Filosofis dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Cabrita, Maria do Rosario, and Bontis, Nick. 2008 'Intellectual Capital and Business Performance in The Portuguese Banking Industry', *Int. J. Technology Management*, Vol. 43, Nos. 1-3, pp.212-237.
- Cabrita, Maria do Rosario., de Vas, Jorge Landeiro., and Bontis, Nick. 2007 Modelling The Creation of Value From Intellectual Capital : A Portuguese Banking Perspective, *Int. J. Knowledge and Learning*. Vol. 3, Nos. 2/3, pp. 266 - 280.
- Chen, Yu-Shan. 2008. The Positive Effect of Green Intellectual Capital on Competitive Advantages of Firms. *Journal of Business Ethics*. Vol 77, pp 271-286.

- Chen, Ming-Cin. 2004. Intellectual Capital and Competitive Advantages: The Case of TTY. *Journal of Business Chemistry*, Vol. 1 No. 1, pp. 14-20.
- Coo, Chun Wei., and Bontis, Nick. 2002. Knowledge, Intellectual Capital, and Strategy: Themes and Tensions. In C.W. Choo, N. Bontis (Eds). *The Strategy Management of The Intellectual and Organizational Knowledge*. New York : Oxford University Press.
- Coyne, K. P. 1986. Sustainable Competitive Advantage-What It Is, What It Isn't. *Business Horizons*, Vol 29, No 1, pp 54-61.
- Daum, J.H. 2005. Intangible Assets-Based Enterprise Management : A Practical Approach, *Proceedings of 2005 PMA IC Symposium*, Stern School of Business, New York University, Manhattan, 15 December 2005.
- DeVol, R.C., Wong, P., Bedroussian, A., Wallace, L., Ki, J., Murphy, D. and Koepp, R. 2004. *Bio-Pharmaceutical Industry Contributions to State and US Economics*, Milken Institute, San Diego, CA.
- Edvinsson, L., and M. Malone. 1997. *Intellectual Capital : Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower*. New York : Harper Collins Publishers Inc.
- Fanani, Zaenal. 2007. Kompensasi Karyawan: Bukti Dari *Intellectual Capital* Dan *Social Capital* Terhadap Kinerja Perusahaan. *Penelitian DIPA*. Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Airlangga Surabaya
- Fisher, J.E. 1998. Contingency Theory, Management Control Systems and Firm Outcomes : Past Result and Future Directions. *Behavioral Research in Accounting*. Vol 10, pp 48 - 63
- Ghozali, I. 2006. *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyanto, Guntur Tri. 2010. KLBF : Kinerja Yang Kurang Didukung Penguatan Riset. Capital Price Analysis. Artikel 23 Februari. <http://analysis.capitalprice.com>. Diakses 21 Maret 2010. Jam 05.00 WIB.
- Hermans, R. 2004. International Mega-Trends and Growth Prospects of the Finnish Biotechnology Industry, *ETLA - The Research Institute of the Finnish Economy*, Helsinki.
- Hsu, Hsiu-Yueh (Sonya). 2006. Knowledge Management and Intellectual Capital. *Dissertation*. Carbondale, USA : Southern Illinois University
- Iswati, Sri., and Anshori, Muslich. 2007. The Influence of Intellectual Capital to Financial Performance at Insurance Companies in Jakarta Stock Exchange (JSE). Melbourne, Australia : *Proceedings of the 13th Asia Pacific Management Conference*. pp. 1393-1399
- Kok, Andrew. 2007. Intellectual Capital Management as Part of Knowledge Management Initiatives at Institutions of Higher Learning. *The Electronic Journal of Knowledge Management*. Volume 5 Issue 2, pp 181 - 192 , available online at www.ejkm.com. Diakses 13 Mei 2010. Jam 20.20 WIB

- Marr, Bernard. 2008. Make The Invisible Visible: Identify Intellectual Capital. <http://www.cimaglobal.com>. Diakses 23 Maret 2010. Jam 01.58 WIB
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung
- Moon, Yun Ji, and Kym, Hyo Gun. 2006. A Model for The Value of Intellectual Capital. *Canadian Journal of Administrative Sciences*; Sep 2006; 23, 3; ABI/INFORM Global. pg. 253
- Mulyadi dan Setyawan, Johny. 2001. Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen. Edisi 2. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Porter, Michael. E. 1980. *Competitive Advantage* . The Free Press. New York.
- Sedyaningsih, Endang Rahayu. 2010. Pembangunan Kesehatan Berbasis Preventif dan Promotif. Pusat Komunikasi Publik. Sekretariat Jendral Kementrian Kesehatan.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, Fourth Edition, New York: John Willey&Sons, Inc.
- Sugiono, 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Cet. Kedelapan. Alfabeta. Bandung
- Sharabati, Abdel-Aziz Ahmad., Jawad, Shawqi Naji., and Bontis, Nick. 2010. Intellectual Capital and Business Performance in The Pharmaceutical Sector of Jordan. *Management Decision*. Vol 48. No. 1. pp. 105 - 131
- Sveiby, Karl-Erik. 1997. *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-Based Assets*. San Fransisco: Berrett-Koehler Publishers Inc, p. 11
- The Chartered Institute of Management Accountants (CIMA). 2005. Understanding Corporate Value : Managing dan Reporting Intellectual Capital. www.cimaglobal.com. Diakses 8 Januari 2010. Jam 21.30 WIB.
- The International Federation of Accountants (IFAC). 1998. *The Measurement And Management Of Intellectual Capital : An Introduction*. New York. USA.
- Vandal, Bruce Alan. 2003. An Intellectual Capital Framework For Community College and Business Partnership. *Dissertation*. The University of Minnesota.
- www.gpfarmasi.org. Anggota Industri Farmasi Propinsi Jawa Timur. Diakses 10 Mei 2010. Jam 20.45 WIB
- Zucker, L.G., Darby, M.R. and Brewer, M.B. 1994. Intellectual Capital and The Birth of US Biotechnology Enterprise. *Working Paper Series 4653*, NBER, Cambridge.