

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rivalitas antar organisasi berorientasi profit semakin ketat mengingat adanya peran globalisasi yang semakin luas dan juga perkembangan teknologi yang semakin tumbuh baik. Perusahaan dituntut untuk menjadi lebih memiliki daya tarik tersendiri dan lebih kreatif dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan kehadiran perusahaan sebagai pelaku dalam industri yang menyediakan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berbagai sektor pada tiap industri bertambah seiring berjalannya waktu dan berkembangnya zaman. Industri-industri semakin bermunculan dengan konsep dan ide yang berbeda-beda. Industri baru yang akan bergelut di dunia bisnis akan dihadapkan dengan persaingan antar perusahaan sejenis.

Perlunya sifat-sifat wirausaha dalam persaingan di lapangan merupakan hal yang patut diperhatikan oleh para pelaku bisnis. Bersaing dengan perusahaan lain untuk memperebutkan pasar memerlukan sumber kekuatan yang menjadi penopang hidup bagi perusahaan agar melancarkan dan memudahkan perusahaan dalam setiap kegiatan operasionalnya.

Lingkungan yang berubah-ubah memaksa perusahaan untuk mengoptimalkan penggunaan dan pemanfaatan sumber daya mereka menjadi sesuatu yang memiliki nilai lebih. Pengadaan sesuatu hal yang baru bagi perusahaan, perlu berorientasi pada

sumber daya stratejik perusahaan, terutama pada kemampuan atau kapabilitas Prahalad and Hamel (1990). Dalam mencapai posisi superior, diperlukan suatu kekuatan yang dapat menunjang perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing. Barney (1991) dalam tulisannya mengemukakan bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing dan juga kinerja yang meningkat apabila mereka memiliki sumber daya yang bersifat berharga dan juga langka. Sumber daya dapat dioptimalkan untuk menghasilkan sebuah pembaharuan yang bermanfaat bagi kelancaran dan keberlangsungan bisnis.

Inovasi merupakan sebuah kunci penggerak, yang berperan sebagai sumber dari persaingan serta keunggulan bersaing, yang dapat mempengaruhi langsung terhadap kinerja dari perusahaan (Shoham and Fiegenbaum, 2002). Birchall and Tovstiga (2005) dalam tulisannya menyatakan bahwa manajemen belum mengenal pentingnya pembaharuan dan regenerasi kemampuan atau kapabilitas dalam merespon lingkungan yang dinamis. Pentingnya perusahaan untuk beradaptasi pada lingkungan yang tidak statis ini menuntut mereka untuk melakukan suatu gebrakan agar dapat menjamin keberlanjutan hidup mereka.

Industri kreatif merupakan suatu industri yang bergerak, pada bidang kreatif, yang mana adalah sekumpulan aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan serta informasi (Howkins, 2001). Menurut Howkins (2001), industri kreatif atau ekonomi kreatif terdiri dari beberapa sektor antara lain : periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, *fashion*, perfilman, musik, seni pertunjukan, penerbitan, penelitian dan pengembangan, *software*, mainan dan

permainan, TV dan radio, dan *video game*. Kementerian Perdagangan Indonesia (kemendagri) mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang asalnya muncul dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan juga bakat milik individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja dengan menghasilkan serta mengeksploitasi tingkat kreasi dan daya cipta individu. Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF) mengategorikan beberapa sektor industri kreatif antara lain : aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, animasi dan video, fotografi, seni kriya, kuliner, permusikan, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, TV dan radio (bekraf.go.id).

Semakin banyak perusahaan, maka semakin ketat juga rivalitas yang ada di lapangan. Bagi pelanggan, hal ini dipandang baik bagi mereka karena terdapat banyak pilihan produsen atau penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Akan tetapi, dari sudut pandang perusahaan, hal ini adalah suatu tantangan dan *barrier* dalam menjalankan bisnis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di persaingan memperebutkan pangsa pasar. Perusahaan memerlukan berbagai cara dan strategi dengan memanfaatkan modal yang ada, menganalisa situasi serta kondisi, mengambil keputusan, dan menawarkan layanan yang bernilai tambah bagi para pelanggan.

Keunggulan bersaing dapat dicapai melalui Kapabilitas Inovasi (Chamsuk et al. 2015). Kapabilitas Inovasi mencerminkan sejauh mana perusahaan dalam kecenderungannya untuk berinovasi. Perusahaan yang memiliki kapabilitas inovasi mencerminkan keterbukaannya terhadap suatu ide-ide baru serta gagasan yang sifatnya baru bagi perusahaan (Hurley and Hult, 1998). Kemampuan perusahaan

dalam berinovasi memiliki prinsip akan pembaharuan suatu produk atau layanan yang bersifat baru serta unik. Karakteristik wirausaha lekat dengan kemampuan untuk berinovasi ini karena perusahaan memberikan nilai tambah pada produk dan layanannya untuk dirasakan oleh pelanggan.

Perusahaan perlu memiliki karakteristik wirausaha agar dapat bertahan dan juga berhasil dalam persaingan, terutama dalam industri yang cepat berubah (Teece, 2007). Perubahan yang terjadi dapat diatasi dengan melaksanakan tindakan yang secara tepat dilakukan agar terhindar dari ketertinggalan dalam mengimbangi tren yang sedang marak. Dalam lingkungan bisnis yang berubah-ubah saat ini, kewirausahaan menjadi penting, karena dampaknya yang baik dan positif terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Wiklund and Shepherd, 2003, Sahoo and Yadav, 2017). Banyaknya persaingan di lingkungan yang dinamis memerlukan suatu kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk dapat tetap dipandang kuat dan unggul.

Berbicara mengenai sumber daya, tidak terlepas dari aset perusahaan. Aset yang dimiliki oleh perusahaan tidak selalu memiliki wujud fisik. Aset perusahaan berupa modal intelektual adalah salah satu aset yang dapat menunjang kehidupan perusahaan di tengah persaingan antar perusahaan. (Barney, 1991) menyatakan bahwa sumber daya yang sifatnya tidak berwujud, cenderung berkontribusi bagi perusahaan dalam mempertahankan posisi superiornya.

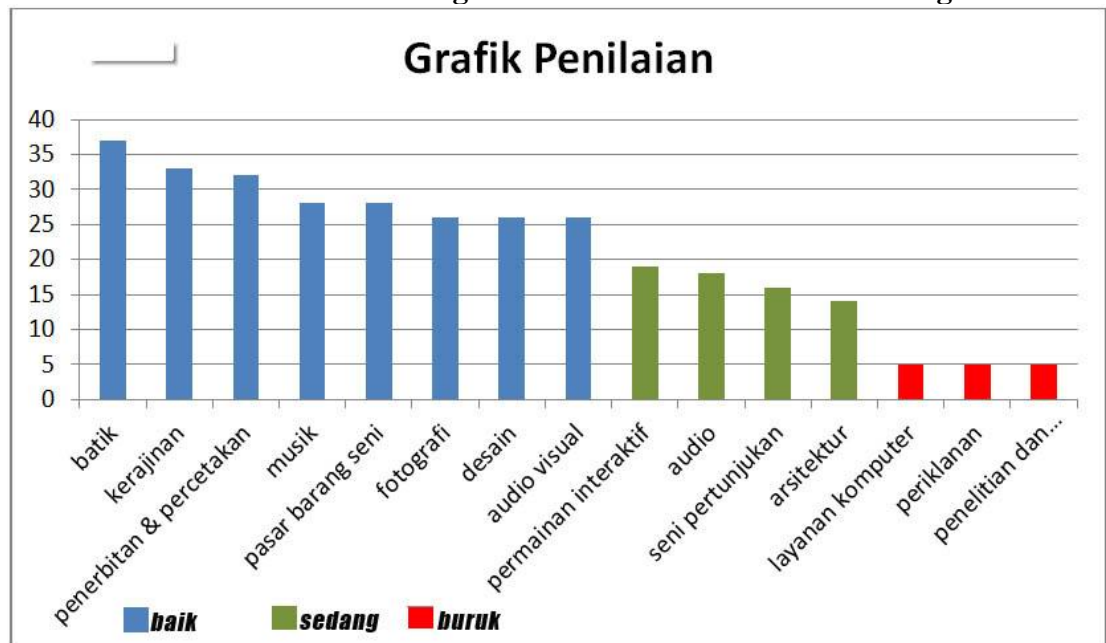
Modal intelektual merupakan aset yang tidak berwujud berupa sumber daya, kompetensi, dan kapabilitas yang dapat meningkatkan kinerja organisasi serta mendukung penciptaan nilai (Edvinsson, 2000). Posisi superior dapat dicapai oleh

perusahaan dengan adanya modal intelektual, yang nantinya akan dapat menuai keuntungan ekonomi di masa depan. Modal manusia termasuk dalam aset ini, dan merupakan suatu pendorong dari komponen lain berupa modal relasional (Li and Chang, 2010). Proses penambahan nilai tak elak dari peran karyawan dan sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan. Peran organisasi dalam memberdayakan karyawan, meningkatkan efektifitas organisasi dalam menggunakan pengalaman, pembelajaran, kompetensi, menciptakan sebuah nilai yang nantinya dapat menjadi sumber keunggulan yang mungkin tidak dimiliki oleh pesaing.

Pertumbuhan dan perkembangan industri kreatif di Indonesia semakin marak. Industri jenis ini merupakan jenis industri yang mengolah kreativitas, keterampilan, dan bakat untuk menghasilkan output berupa karya atau barang dan jasa yang bernilai ekonomi, yang nantinya akan dapat memberikan kesejahteraan. Tren industri kreatif membuat semakin banyak pengusaha-pengusaha yang mulai bermunculan, mengekspresikan kreativitas dan menjadikannya output dan menghasilkan keuntungan. Kota Semarang sendiri memiliki berbagai jenis industri yang berbasis kreativitas. Kementerian perdagangan merilis 16 sub sektor industri kreatif seperti yang sudah dijelaskan di atas, termasuknya adalah batik dalam fashion. Penelitian yang dilakukan oleh Artiningsih (2010) di Kota Semarang yang berfokus pada penilaian industri kreatif yang memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut menunjukkan bahwa Industri Batik merupakan satu Industri yang memiliki potensi bagus dalam menciptakan nilai tambah industri kreatif itu sendiri.

Penilaian potensi dari industri kreatif di kota Semarang yang dilakukan oleh Artiningsih (2010) dalam penelitiannya dibuat dengan tujuan menilai sub sektor industri kreatif mana yang memiliki potensi pengembangan berdasarkan nilai baik, sedang, dan buruk. Penilaian yang dilakukan berdasarkan beberapa penentu antara lain kreasi dan inovasi, sumberdaya yang terbarukan, kontribusi terhadap ekonomi, dampak bagi social, citra bangsa dan juga iklim bisnisnya. Penilaian tersebut ditujukan agar dapat mengetahui sub sektor industri mana yang layak untuk dikembangkan di Kota Semarang dan juga agar tidak kalah saing dengan kota lain yang memiliki potensi pengembangan industri kreatif. Berikut adalah grafik skor dari penilaian potensi industri kreatif di kota Semarang berdasarkan kriteria penilaian yang disebutkan diatas :

Gambar 1.1 Grafik Skoring Industri Kreatif di Kota Semarang



Sumber : Artiningsih (2010)

Berdasarkan gambar di atas, penilaian potensi pengembangan industri kreatif yang ada di kota Semarang dapat dikategorikan menjadi baik, sedang, dan buruk. Sub sektor yang memiliki nilai paling baik menurut gambar di atas adalah batik, diikuti dengan kerajinan dan penerbitan. Batik memiliki nilai yang paling tinggi diantara seluruh subsektor industri kreatif yang ada di Semarang. Hal ini menunjukkan batik memiliki nilai, kreasi dan inovasi, sumberdaya yang terbarukan, kontribusi terhadap ekonomi, dampak bagi social, citra bangsa dan juga iklim yang baik. Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa industri kreatif di Semarang memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan khususnya subsektor batik.

Batik semarangan memiliki ciri khasnya tersendiri. Batik semarangan memiliki bermacam-macam motif seperti peterongan, gajahmungkur, lawang sewu dan lain sebagainya. Batik ini juga memiliki sifat warna yang berani. Era sekarang tidak selamanya kaku akan desain dan motif yang “itu-itu saja” namun dapat dikreasikan sesuai dengan kreativitas dan imajinasi pembatik. Hal ini lah yang mendorong pengusaha batik untuk menerapkan pembaharuan pada industri batik yang fleksibel dan kreatif. Batik tulis di daerah Semarang mulai kembali dimunculkan untuk mengembangkan potensi budaya asli milik Indonesia.

Pemerintah membantu perkembangan batik di kota Semarang dengan turut serta membangun kampung batik di Semarang guna mempromosikan budaya lokalnya. Usaha untuk mengembangkan potensi yang dimiliki ini agar tidak kalah saing dan unggul atas batik dari daerah lain seperti Solo, Jogjakarta, Pekalongan dan lain sebagainya. Banyak pameran dan *event* yang diadakan di lokasi publik seperti Mall

namun malah lebih banyak kontributor berupa pengusaha batik dari luar kota dan sedikit dari Semarang, seperti yang disebutkan Disperindag kota Semarang.

Fenomena ini akan menjadi bahan yang nantinya akan dikembangkan lebih jauh untuk menulis tentang kapabilitas inovasi, modal intelektual, keunggulan kompetitif, dan kinerja perusahaan.

Tidak selalu hasil penelitian satu dengan yang lainnya menunjukkan hasil yang sama. Kesenjangan antara hasil penelitian satu dengan penelitian lainnya membuka peluang untuk dilakukannya penelitian untuk menjembatani kesenjangan yang ada. Berikut adalah tabel yang menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*Research Gap*).

Tabel 1.1
Research Gap

Isu Hubungan	Peneliti	Hasil	Kesenjangan Penelitian
Keunggulan Kompetitif dengan Kinerja Perusahaan	Efrat et al. (2018)	Positif dan Signifikan	Terdapat hubungan yang tidak konsisten antara Keunggulan Kompetitif dengan Kinerja Perusahaan
	Meutia (2013)	Positif dan Signifikan	
	Setyawati et al. (2014)	Tidak memiliki Pengaruh	
	Yasar (2010)	Tidak memiliki pengaruh	
Kapabilitas Inovasi dengan Kinerja Perusahaan	Calantone et al. (2002)	Positif dan Signifikan	Terdapat hubungan yang tidak konsisten antara Kapabilitas Inovasi dengan Kinerja Perusahaan
	Alpay et al. (2012)	Negatif dan Signifikan	

Isu Hubungan	Peneliti	Hasil	Kesenjangan Penelitian
Modal Intelektual dengan Kinerja Perusahaan	Jaradat et al. (2012)	Positif dan Signifikan	Terdapat hubungan yang tidak konsisten antara Modal Intelektual dengan Kinerja Perusahaan
	Naidenova and Parshakov (2013)	Negatif	

Sumber : Efrat et al. (2018), Meutia (2013), Setyawati et al. (2014), Yasar (2010), Alpay et al. (2012), Calantone et al. (2002), Jaradat et al. (2012), Naidenova and Parshakov (2013)

Penelitian oleh Efrat et al. (2018) dan Meutia (2013) menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan penelitian dari Yasar (2010) dan juga Setyawati et al. (2014) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh dari keunggulan kompetitif perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Selain itu terdapat penelitian dari Calantone et al. (2002) yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif signifikan antara kapabilitas inovasi dengan kinerja perusahaan namun hasil penelitian oleh Alpay et al. (2012) menunjukkan perbedaan hubungan yaitu hasilnya adalah negative. Selain inkonsistensi hubungan tadi, terdapat kesenjangan lain berupa hasil penelitian dari Jaradat et al. (2012) dan Naidenova and Parshakov (2013) yaitu hasil yang berbeda antara Modal Intelektual dengan Kinerja Perusahaan. Adanya kesenjangan antar penelitian menghasilkan alasan atau sebagai dasar dalam melakukan penelitian untuk mengisi kesenjangan atau menjembatani kesenjangan antara beberapa hasil penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Jaradat et al., (2012) dan Chen (2008) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara semua komponen variabel Modal Intelektual yang diteliti dengan variabel Keunggulan Kompetitif. Dari kedua

penelitian tersebut, diketahui bahwa Modal Relasional adalah komponen yang paling berpengaruh dalam pencapaian Keunggulan Kompetitif bagi perusahaan, karena hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan posisi dan bertahan hidup di pasar. Akan tetapi Auw (2009) berpendapat bahwa Modal Manusia lebih mempengaruhi secara signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Modal Intelektual sebagai sumber Keunggulan Kompetitif lebih penting sifatnya bagi perusahaan berjenis Industri Kecil Menengah (IKM) daripada perusahaan besar, karena sumber daya yang berwujud atau nyata seringkali lebih rendah dan IKM perlu bersaing melalui sumber daya yang tidak berwujud (Jardon and Martos, 2012).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah sebelumnya, terdapat fenomena yang menunjukkan bahwa industri kreatif khususnya Batik di Indonesia bertumbuh seiring berjalannya waktu dan menaruh potensi tinggi terhadap keberlangsungan industri. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak perusahaan yang ikut terlibat pada sektor industri yang terkait.

Semakin banyak perusahaan yang terlibat, maka semakin ketat pula persaingan yang ada. Grafik dari penelitian yang dicantumkan diatas memberikan gambaran mengenai bagaimana potensi industri batik di Semarang dapat berkembang. Potensi yang dikandung oleh industri batik dapat membawa kemajuan bagi mereka untuk mengembangkan bisnis dan memperluas usaha dengan meningkatkan kinerja

perusahaan mereka. Fenomena tersebut memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif melalui berbagai pendekatan, serta bagaimana hal tersebut dapat memberikan nilai untuk mengantarkannya menuju kinerja perusahaan yang baik.

Permasalahan ditunjukkan oleh adanya kesenjangan penelitian berupa hasil penelitian yang berbeda antar peneliti seperti Efrat et al. (2018) dan Setyawati et al. (2014), yang menunjukkan adanya inkonsistensi hubungan antara keunggulan kompetitif dengan kinerja perusahaan.

Dari hal tersebut mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan tujuan menjembatani kesenjangan penelitian dengan meneliti **“bagaimana meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengetahui apa saja yang mempengaruhi kinerja perusahaan, seperti Kapabilitas Inovasi, Modal Intelektual, dan juga Keunggulan Kompetitif”**.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan apa saja yang dapat memengaruhi kinerja dari suatu perusahaan, seperti Kapabilitas Inovasi, modal intelektual, dan juga keunggulan kompetitif. Atas dasar hal tersebut, dibuat pertanyaan penelitian yang diajukan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara Kapabilitas Inovasi dan Keunggulan Kompetitif ?

2. Apakah terdapat pengaruh antara Modal Intelektual dan Keunggulan Kompetitif ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Kapabilitas Inovasi dan Kinerja Perusahaan ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara Modal Intelektual dan Kinerja Perusahaan ?
5. Apakah terdapat pengaruh antara Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif.
2. Untuk menganalisis pengaruh Modal Intelektual terhadap Keunggulan Kompetitif.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan.
5. Untuk menganalisis pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

- 1 Diharapkan hasil penelitian ini berguna bagi pelaku bisnis pada sektor industri kreatif berupa saran dan masukan positif mengenai kinerja perusahaan, kapabilitas inovasi, modal intelektual, dan keunggulan kompetitif.
2. Diharapkan hasil penelitian ini berguna sebagai bahan acuan dan referensi untuk peneliti lain yang berencana melakukan penelitian seputar kinerja perusahaan, kapabilitas inovasi, modal intelektual, dan keunggulan kompetitif.