

**PERAN INTELLECTUAL CAPITAL DALAM PENCIPTAAN  
COMPETITIVE ADVANTAGE UNTUK MENINGKATKAN  
KINERJA KEUANGAN**

**Robert Jao<sup>1\*</sup>, Suwandi Ng<sup>2</sup>, Anthony Holly<sup>3</sup>, Ana Mardiana<sup>4</sup>, Liviana Tansil<sup>5</sup>**  
<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup>Jurusan Akuntansi, Universitas Atmaa Jaya Makassar  
jao\_robert@hotmail.com<sup>1\*</sup>, suwandi\_76@yahoo.com<sup>2</sup>, shencuen90@gmail.com<sup>3</sup>,  
ana.mardiana1902@gmail.com<sup>4</sup>, livianatansil@gmail.com<sup>5</sup>

**ABSTRAK**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi peran intellectual capital dalam penciptaan competitive advantage untuk meningkatkan kinerja keuangan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dengan menggunakan metode observasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 sampai dengan 2020. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel 47 perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intellectual capital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage. Intellectual capital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Competitive advantage memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Hasil uji sobel menunjukkan bahwa competitive advantage memediasi pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan dengan tipe partial mediation.*

**Kata kunci:** Intellectual Capital, Competitive Advantage, Kinerja Keuangan

**ABSTRACT**

*This research is aimed to investigate the role of intellectual capital as a mechanism to improve competitive advantage as a mediating effect influence on financial performance. This research uses secondary data obtained by using observation method. The data source in this research is the financial reports of manufacturing companies, consumer goods sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2018 to 2020. The sample were selected using purposive sampling method, with a total of 47 companies. Method used in this research is path analysis. The result of this research indicate that intellectual capital has a positive and significant effect on competitive advantage. Intellectual capital has a positive and significant effect on financial performance. Competitive advantage has a positive and significant effect on financial performance. The sobel test result indicate that competitive advantage mediates the effect of intellectual capital on financial performance with the type of partial mediation.*

**Keywords:** Intellectual Capital, Competitive Advantage, Financial Performance

**PENDAHULUAN**

Perusahaan manufaktur sektor *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) di Indonesia memberi kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian tanah air, baik di tengah pertumbuhan perekonomian yang cepat dan pesat, maupun di tengah pertumbuhan

perekonomian yang lambat dan lesu. Sebelum adanya krisis Covid-19, sektor FMCG menghadapi beberapa tantangan berupa ancaman kompetitif dan peningkatan ekspektasi konsumen. Namun sekarang ini, sektor FMCG tengah menghadapi tantangan lain berupa peningkatan sensitivitas harga di

kalangan konsumen akibat krisis tersebut (Bosnet, 2020).

Penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) semakin menekan sektor FMCG, karena jam operasional dibatasi hanya sampai jam 7 malam, sedangkan *peak hour* ritel FMCG berlangsung pada jam 7 sampai 8 malam. Sektor FMCG Indonesia lebih mengandalkan *offline store* (*offline shopping*) dan tergolong kurang insiatif untuk menyediakan layanan pesan antar (*online delivery*) sebelum pandemi terjadi, sehingga PPKM sangat memengaruhi penjualannya. Penurunan daya beli pada segmen menengah ke bawah yang signifikan dan adanya perubahan tren pun menjadi faktor turunya kinerja sektor FMCG pada tahun 2019 hingga 2020 ini. Segmen ini cenderung berpindah ke produk lain yang lebih *affordable* (Haryoprast, 2020).

Melambatnya konsumsi masyarakat 2019 lalu berdampak serius pada sektor ritel FMCG di Indonesia. Sektor FMCG terkoreksi hingga 20,11%. Data total *market* FMCG Indonesia tahun 2020 menunjukkan kontraksi terparah dengan angka kurang lebih 5,9 %, padahal sektor FMCG tidak pernah mengalami kontraksi selama 20 tahun terakhir. Bulan Ramadhan yang biasanya menjadi masa panen para *retailer* FMCG, penjualan produk FMCG di Ramadhan tahun 2020 justru melemah. Angka tersebut merupakan koreksi paling dalam, dan penurunan kinerja keuangan FMCG yang terendah selama dua dasawarsa terakhir. (Elvira, 2021).

Kinerja keuangan (*financial performance*) merefleksikan tingkat efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia, serta keberhasilan mencapai tujuan perusahaan. (Deviana & Isa, 2018).

Kinerja keuangan diukur untuk melakukan evaluasi dan membantu manajemen dalam pengambilan keputusan dan kebijakan selanjutnya. Penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan rasio keuangan sebagai proksi kinerja keuangan perusahaan, seperti *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), *asset turn over* (ATO), maupun *growth revenue* (GR). Penelitian ini akan menggunakan salah satu alat ukur berbasis nilai, yang dianggap dapat mencerminkan performa keuangan perusahaan, yaitu *economic value added* (EVA).

Pertimbangan menggunakan indikator nilai dalam penelitian ini karena EVA mencoba mengukur nilai tambah yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan mengurangi beban biaya modal yang timbul sebagai akibat dari investasi yang dilakukan. Menurut Rudianto (2013), EVA mengukur keuntungan ekonomis dalam suatu perusahaan. Kesejahteraan dapat terwujud jika perusahaan mampu memenuhi seluruh biaya operasional dan biaya modal. EVA berguna bagi para pemegang saham untuk menilai kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai dari suatu investasi, melihat prospek perusahaan di masa yang akan datang, serta seberapa besar tingkat kesejahteraan perusahaan. EVA dianggap sesuai dengan harapan para pemegang saham karena EVA tidak hanya melihat dari tingkat pengembalian saham saja, tetapi juga mempertimbangkan tingkat rasio perusahaan (Wijaya & Tjun, 2009). EVA lebih besar dari nol berarti perusahaan berhasil menciptakan nilai tambah ekonomi selama operasionalnya pada periode tertentu, sedangkan EVA lebih kecil dari nol berarti perusahaan gagal menciptakan nilai dan memenuhi harapan para investornya pada periode tertentu.

Proses penciptaan nilai ekonomi (EVA) bukan hanya melibatkan penggunaan sumber daya fisik, tetapi juga melibatkan sumber daya non-fisik. Kebanyakan perusahaan di Indonesia masih cenderung menggunakan akuntansi tradisional yang lebih menekankan pada penggunaan aset berwujud (*tangible asset*), sedangkan adanya peralihan dari *labor-based business* menjadi *resource-based business* mendorong perusahaan untuk mulai memprioritaskan penggunaan dan pemanfaatan aset tidak berwujud (*intangible asset*). Bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor-based business*) menggunakan prinsip perusahaan padat karya, yang berarti semakin banyak karyawan yang dipekerjakan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula produktivitas perusahaan tersebut. Berbeda dari *labor-based business*, pengembangan bisnis yang didasarkan pada sumber daya (*resource-based business*) akan menciptakan sebuah cara untuk mengelola sumber daya yang dimilikinya sebagai sarana untuk meningkatkan kinerjanya.

Menurut Marr *et al.* (2004), *intellectual capital* memiliki kontribusi yang besar dalam proses peningkatan kinerja dan penciptaan nilai bagi perusahaan. Pengelolaan bisnis yang membutuhkan *intangible asset*, terutama pengembangan *intellectual capital* akan menjadi sebuah penggerak proses yang baik dalam menciptakan nilai. Apabila perusahaan mampu mengelola *intellectual capital* dengan baik, maka perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangannya dan memperoleh nilai tambah ekonomis. Dengan demikian, *intellectual capital* merupakan sumber daya berupa pengetahuan yang akhirnya akan mendatangkan *future economic benefit* bagi perusahaan.

*Intellectual capital* yang dikenal dengan *value added intellectual capital* (VAIC), memiliki komponen *value added capital employed* (VACA), *value added human capital* (VAHU), dan *structural capital value added* (STVA). Menurut Lee & Lin (2019), komponen-komponen dari *intellectual capital* dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan dan mencapai operasional yang berkelanjutan dalam persaingan di pasar yang kompetitif. Dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka diperoleh suatu cara dalam menggunakan sumber daya lainnya secara efisien dan ekonomis yang nantinya dapat memberi *competitive advantage* bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan (Hadiwijaya & Rohman, 2013).

*Competitive advantage* dinilai penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Sektor *consumer goods* merupakan sektor yang sangat membutuhkan inovasi dan kreativitas, serta keunggulan untuk dapat bersaing dan bertahan di pasar. Menurut Porter (1986), *competitive advantage* dapat meningkatkan motivasi perusahaan dengan terus melakukan inovasi sehingga dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan, yang akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Kelangsungan hidup perusahaan yang mampu membangun *competitive advantage* akan bertahan lebih lama.

Upaya perusahaan dalam penciptaan *competitive advantage* yang berkelanjutan, perusahaan tidak lagi berfokus pada *tangible asset*, tetapi berfokus pada pemanfaatan *intangible asset* terutama *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan. Penerapan dan pemanfaatan *intellectual capital* yang maksimal akan menciptakan hal-hal baru yang berbeda dari perusahaan lain dan

memberi nilai tambah di mata konsumen, sehingga membantu perusahaan mencapai kinerja keuangan yang lebih baik. *Intellectual capital* identik dengan suatu aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi informasi yang dapat menciptakan *competitive advantage* untuk mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan.

Penelitian ini dilakukan karena adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) dari penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya. Kuryanto & Syafruddin (2008), Ratnasari *et al.* (2016), dan Ristiani (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan kinerja perusahaan di masa yang akan datang. Susanti (2018) membuktikan secara empiris bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian Altarawneh (2017) dan Susanti (2018) menunjukkan pengaruh statistik yang signifikan dari *intellectual capital* terhadap *competitive advantage* perusahaan. Anggraini *et al.* (2018) dan Yuliana & Khoiriyah (2018) menunjukkan hasil penelitian di mana *competitive advantage* berperan penting dalam memediasi hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja keuangan. Namun, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniar (2021) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh negatif terhadap *competitive advantage*, dan *competitive advantage* tidak mampu memediasi hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja keuangan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Ristiani (2021). Variabel-variabel yang digunakan pada penelitiannya antara lain, *intellectual capital* sebagai variabel independen, *competitive advantage* sebagai variabel

moderasi, dan kinerja keuangan sebagai variabel dependen. Penelitian ini meneliti selama periode 2018-2020 di mana terkena dampak yang cukup signifikan pada perusahaan FMCG di Indonesia akibat pandemi Covid-19. Penelitian ini mempertimbangkan *competitive advantage* sebagai variabel mediasi yang menggambarkan konsep *intellectual capital* yang dapat menciptakan nilai bagi perusahaan, *Competitive advantage* dapat memengaruhi hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja keuangan perusahaan menjadi sebuah hubungan tidak langsung. Pemanfaatan kekuatan internal perusahaan berupa *intellectual capital* akan menciptakan *competitive advantage* dan memberi dampak pada kinerja keuangan.

Penelitian ini menggunakan EVA sebagai indikator yang mengukur kinerja keuangan. EVA tidak hanya melibatkan *tangible asset*, tetapi juga *intangible asset*. Selain itu, EVA tidak dibatasi oleh perlakuan akuntansi secara umum, serta meningkatkan fokus perusahaan pada aktivitas yang menciptakan nilai dan membawa dampak positif bagi kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini penting dilakukan karena kinerja keuangan merupakan indikator pengukuran keberhasilan perusahaan. Pengembangan *intellectual capital* yang efisien dan efektif diharapkan akan membantu perusahaan meningkatkan kinerjanya. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik akan menarik perhatian para *stakeholder*. Adanya *competitive advantage* sebagai mediasi diharapkan dapat menghubungkan antara *intellectual capital* dan kinerja keuangan, serta mempertahankan posisi perusahaan di pasar.

## KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

*Resource-based theory* berkembang dalam teori manajemen strategis perusahaan. Teori ini dianggap dapat memberikan posisi terbaik bagi kesuksesan jangka panjang perusahaan. *Resource-based theory* dikembangkan untuk menganalisa *competitive advantage* suatu perusahaan yang menekankan pada keunggulan pengetahuan atau ekonomi yang bertumpu pada *intangible asset*. Sumber daya yang unggul ini disebut *intellectual capital*, yang merupakan bagian dari *intangible asset* berupa *goodwill* (Ulum, 2009). *Intellectual capital* berkaitan erat dengan kemampuan, keterampilan, keahlian, dan bentuk pengetahuan yang berguna dalam organisasi (Kusuma & Mahmud, 2016). Menurut Sunarsih & Mendra (2012), semakin besar nilai *intellectual capital*, maka semakin efisien penggunaan modal perusahaan sehingga menciptakan nilai tambah bagi perusahaan.

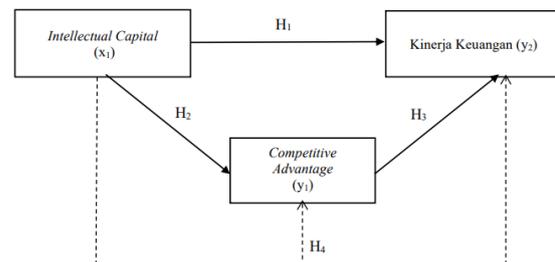
Sebuah perusahaan dikatakan memiliki *competitive advantage* ketika perusahaan dapat memberikan sebuah nilai tambah yang tidak dapat diberikan oleh perusahaan lain. *Competitive advantage* bertumbuh secara fundamental dari nilai yang memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi para konsumennya melebihi biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. (Porter, 1985). *Competitive advantage* dapat meningkatkan motivasi perusahaan dengan terus melakukan inovasi sehingga dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan, yang akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (Porter, 1986).

*Intellectual capital* berguna sebagai pendorong terciptanya *competitive advantage* bagi perusahaan sehingga dapat

bersaing dan bertahan di pasar untuk meningkatkan kekayaan perusahaan. Perusahaan dapat mencapai *competitive advantage* apabila berhasil mengembangkan dan menerapkan *intellectual capital* yang dimilikinya. *Intellectual capital* yang dikelola secara efektif dan efisien akan memberikan aspek kompetitif yang menjadi pembeda perusahaan dengan perusahaan pesaingnya. Aspek kompetitif tersebut dapat berupa intelektualitas, ilmu pengetahuan, pengalaman, rutinitas, pengelolaan informasi, sistem, serta hubungan perusahaan dengan pihak eksternal.

Kinerja keuangan perusahaan diyakini dapat dipengaruhi oleh *intellectual capital*. Penerapan dan pemanfaatan *intellectual capital* yang berbeda menyebabkan perbedaan pada kinerja keuangan perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai. Perusahaan yang berhasil mengelola *intellectual capital* yang dimilikinya akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan memperoleh nilai tambah ekonomis.

*Intellectual capital* dapat membangun *competitive advantage* untuk menjadikan perusahaan unggul dalam persaingan di pasar. Hal ini akan mengantarkan perusahaan mencapai tujuannya dalam meningkatkan kinerja keuangan. Berdasarkan pada uraian di atas, maka disajikan kerangka pemikiran teoretis untuk menggambarkan hubungan antar variabel menggunakan *resource-based theory* sebagai berikut:



### Gambar 1. Kerangka Konseptual

*Intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud yang dimiliki perusahaan dalam bentuk pengalaman, keterampilan, informasi, pengetahuan, serta sumber daya lainnya. *Intellectual capital* berperan penting bagi perusahaan namun masih banyak perusahaan yang belum menyadari dan belum mengoptimalkan pengelolaannya (Lukas *et al.*, 2018). Pengelolaan *intellectual capital* secara efektif dan efisien akan membantu meningkatkan kapabilitas perusahaan dan akan mendorong kinerja keuangannya.

*Intellectual capital* memiliki daya saing yang paling memengaruhi kinerja perusahaan. *Resource-based theory* menjelaskan bahwa konsep *intellectual capital* akan memicu kinerja perusahaan menjadi semakin baik. Cara paling efektif dalam mengukurnya adalah dengan berfokus pada *economic value added* yang dapat diciptakan oleh perusahaan dari pemanfaatan *intellectual capital*. *Intellectual capital* mewakili faktor-faktor penting untuk mencapai keunggulan kompetitif, serta meningkatkan dan mendorong peningkatan berkelanjutan untuk kinerja perusahaan (Schiuma & Lerro, 2008).

Hasil penelitian Mojtahedi & Ashrafipour (2013) dan Masri *et al.* (2018) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan *economic value added*. Penelitian Kuryanto & Syafruddin (2008) dan Ratnasari *et al.* (2016) menemukan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan rasio ROE, EPS, ASR, dan ROA.

*Intellectual capital* penting untuk membantu perusahaan meningkatkan

kinerja keuangannya. Semakin tinggi *intellectual capital*, semakin tinggi produktivitas perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan demikian, kinerja keuangan perusahaan akan meningkat. Dari penjelasan di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: *Intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.**

*Competitive advantage* yang dihasilkan berasal dari internal perusahaan dalam bentuk *intellectual capital*. Nilai-nilai yang tertanam dalam *intellectual capital* berupa capital employed, human capital, dan structural capital berguna bagi perusahaan untuk mendapatkan posisi kompetitif yang baik di pasar. *Intellectual capital* merupakan faktor pendorong utama inovasi dan *competitive advantage* dalam ekonomi berbasis *resource-based theory* saat ini.

Berdasarkan *resource-based theory*, perusahaan dapat memperoleh *competitive advantage* yang berkelanjutan dengan sumber daya yang berharga, langka, sulit ditiru dan tidak dapat digantikan dengan sumber daya lain. *Resource-based theory* melihat kumpulan sumber daya dan kemampuan yang berbeda-beda pada setiap perusahaan. Perbedaan sumber daya yang dimiliki setiap perusahaan apabila dikelola secara efektif dan efisien dapat menciptakan *competitive advantage* untuk bersaing dalam dunia bisnis.

*Competitive advantage* yang dihasilkan berasal dari internal perusahaan dalam bentuk *intellectual capital*, di mana keunggulan tersebut menjadikan perusahaan unik dan sulit ditiru oleh perusahaan pesaing. Keunggulan yang dihasilkan dapat berwujud fisik produk dan jasa yang unik, dan inovatif mengikuti perkembangan zaman. Ketergantungan jalur juga merupakan keunggulan yang

sulit ditiru, di mana perusahaan mampu memperoleh dan mengeksploitasi sumber daya bergantung pada ruang dan waktu. Wujud lainnya adalah casual ambiguity, di mana pesaing sulit mencari tahu akan kondisi dan kompetensi perusahaan, serta social complexity, seperti hubungan interpersonal, budaya, dan reputasi perusahaan. Dengan demikian, perusahaan akan mampu tumbuh dan berkembang.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diargya (2016) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage*. Penelitian lain dilakukan oleh Altarawneh (2017) menemukan bahwa terdapat pengaruh statistik *intellectual capital* terhadap *competitive advantage* yang signifikan dan kuat. Hasil yang ditunjukkan ini penting untuk menyadarkan manajemen di perusahaan-perusahaan akan pentingnya pengelolaan *intellectual capital* guna meningkatkan daya saing perusahaan.

Penerapan *intellectual capital* dalam rangka menciptakan *competitive advantage* di Indonesia, khususnya pada perusahaan FMCG, sangat penting. Pasar Indonesia yang sangat dinamis menuntut perusahaan untuk selalu berinovasi dan menghasilkan ide-ide yang kreatif. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar agar tidak mudah dijatuhkan oleh perusahaan pesaing. Dari penjelasan di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>: *Intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap *competitive advantage*.**

Dalam *resource-based theory*, perusahaan memiliki *competitive advantage* apabila mampu mengelola sumber daya dengan baik. Perusahaan memiliki sumber daya yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain dan dapat menghasilkan apa yang tidak bisa dihasilkan oleh perusahaan pesaing, maka perusahaan dikatakan memiliki

*competitive advantage*. *Competitive advantage* dapat tercipta apabila perusahaan dapat memberikan nilai yang lebih baik, lebih unik dan memiliki manfaat untuk konsumennya yang tidak dapat diperoleh dari perusahaan pesaing lainnya (Purwanti & Mu'ah, 2019).

Yuliana & Khoiriyah (2018) dalam penelitiannya menunjukkan pengaruh positif signifikan *competitive advantage* terhadap kinerja keuangan. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Wijayanto *et al.* (2019) menemukan bahwa *competitive advantage* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini memberikan bukti empiris tentang pengaruh *competitive advantage* terhadap kinerja keuangan yang sebelumnya jarang diteliti.

*Competitive advantage* penting bagi upaya peningkatan kinerja perusahaan. Perusahaan harus mampu menciptakan *competitive advantage* dari sumber daya yang dimilikinya. Sumber daya yang diolah dengan inovasi dan kreasi akan menghasilkan produk yang berkualitas dan unik. *Competitive advantage* akan membantu perusahaan meningkatkan laba dan membawa perusahaan menuju kinerja yang lebih baik. Dari penjelasan di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: *Competitive advantage* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.**

*Resource-based theory* menjelaskan bagaimana perusahaan menciptakan *competitive advantage* melalui sumber daya yang dimilikinya. Sumber daya tersebut terutama *intellectual capital*, akan sangat membantu meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang, karena *intellectual capital* merupakan sebuah landasan bagi perusahaan untuk menciptakan keunggulan dan bertumbuh. Hal ini akan membantu perusahaan

mempertahankan kedudukannya di pasar dalam jangka waktu yang panjang.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Anggraini *et al.* (2018) dan Nurhayati *et al.* (2019) membuktikan bahwa *competitive advantage* memainkan peran penting untuk memediasi hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja, dan dengan berinvestasi pada *intellectual capital*, kinerja mereka akan meningkat. Penelitian lain dilakukan oleh Yuniar (2021) yang menunjukkan bahwa *competitive advantage* tidak mampu memediasi hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja keuangan.

Kapabilitas inovasi berpengaruh untuk membawa *intellectual capital* lebih efektif dalam meningkatkan kinerja keuangan (Wu & Sivalogathan, 2013). *Intellectual capital* berperan penting dalam memacu dan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan berupa pengalaman, keterampilan, informasi, pengetahuan, serta sumber daya lainnya untuk lebih kreatif dan inovatif lagi, agar dapat memenangkan posisi di pasar persaingan. Hal ini akan membawa perusahaan menuju pada kinerja keuangan yang lebih baik. Peran *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan akan meningkat secara tidak langsung pada setiap kenaikan satu satuan *competitive advantage*.

*Competitive advantage* berperan penting dalam memediasi hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja keuangan perusahaan. *Competitive advantage* berfungsi sebagai aktivitas bernilai tambah yang memengaruhi *intellectual capital* dalam proses menciptakan kinerja yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan secara tidak langsung. Pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif akan memberikan perusahaan sebuah keunggulan untuk dapat berkompetisi di pasar, yang secara tidak langsung akan membawa perusahaan menuju pada kinerja

yang memberikan *economic value added* bagi perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>4</sub>: *Competitive advantage* memediasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan.**

## METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2020. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pemilihan sampel berdasarkan pada kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini diringkas pada tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Pemilihan Sampel

Kriteria Pengambilan Sampel	Jumlah
Jumlah perusahaan <i>consumer goods</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020	48
Jumlah perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama tahun 2018-2020	(1)
Total sampel penelitian	47
<b>Total sampel penelitian yang diolah selama tiga tahun (47 perusahaan x 3 tahun)</b>	<b>141</b>
Jumlah data <i>outlier</i>	(41)
<b>Total sampel yang diolah dalam penelitian</b>	<b>100</b>

Jenis data yang digunakan berupa data dokumenter yang terdiri dari laporan keuangan (*financial statement*) yang diterbitkan perusahaan manufaktur sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2020. Sumber data yang digunakan peneliti adalah data sekunder yang dikumpulkan dari website resmi Bursa

Efek Indonesia (BEI) ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dengan menggunakan teknik dokumentasi.

Pengukuran kinerja keuangan menggunakan *economic value added* (EVA) dengan pertimbangan rasio ini sesuai dengan harapan investor dan tidak hanya melihat tingkat pengembalian saham saja namun juga mempertimbangkan nilai tambah yang dihasilkan perusahaan. Penerapan EVA dalam suatu perusahaan akan lebih memfokuskan perhatian pada penciptaan nilai perusahaan, hal ini merupakan salah satu keunggulan EVA (Poetri, 2015). Perhitungan EVA menurut Ng *et al.* (2020) menggunakan rumus:

$$EVA = NOPAT - (WACC \times IC)$$

Keterangan:

EVA = *economic value added*

NOPAT = *net operating after tax*

WAAC = *weighted average cost of capital*

IC = *invested capital*

Nilai EVA pada penelitian ini dibagikan dengan total aset untuk menunjukkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mengelola seluruh aset yang dimilikinya, guna menciptakan nilai tambah ekonomi bagi perusahaan pada periode tertentu.

Febrian *et al.* (2018) menyatakan bahwa perusahaan harus memilih strategi dalam berbisnis: *differentiation strategy* (produk dengan harga tinggi), *cost leadership strategy* (produk dengan biaya rendah), atau *strategy focus* (pelayanan khusus pada pangsa asar tertentu) apabila ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Pada penelitian ini, peneliti akan mengukur *competitive advantage* menggunakan indikator *premium price capability* (PPC). Indikator ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membebaskan *premium price* pada pelanggan dengan menggunakan strategi inovasi untuk menawarkan produk dan

layanan yang unik, sehingga pelanggan dapat dibebankan harga tersebut (Yuniar, 2021). Rumus yang digunakan dalam menghitung PPC sebagai berikut:

$$PPC = \text{gross margin} / \text{total sales}$$

Keterangan:

PPC = *premium price capability*

*Intellectual capital* diukur berdasarkan *value added intellectual coefficient* (VAIC<sup>TM</sup>) yang dikembangkan oleh Pulic (1998). VAIC<sup>TM</sup> menyediakan informasi mengenai *value creation efficiency* dari *tangible asset* dan *intangible asset* perusahaan. VAIC<sup>TM</sup> memiliki tiga komponen utama, antara lain: *value added capital employed* (VACA), *value added human capital* (VAHU), dan *structure capital value added* (STVA). Perhitungan VAIC<sup>TM</sup> menggunakan gabungan dari ketiga komponen tersebut. Tahapan formulasi dalam perhitungan VAIC<sup>TM</sup> (Pulic, 2004):

$$VA = \text{OUT} - \text{IN}$$

Keterangan:

VA = *value added* (nilai tambah)

OUT = *output* (total penjualan dan pendapatan lain)

IN = *input* (beban penjualan dan biaya-biaya lain, selain beban karyawan)

*Value added capital employed* (VACA) merupakan indikator yang menunjukkan kontribusi yang diciptakan oleh satu unit *physical capital* terhadap *value added* perusahaan (kontribusi satu unit oleh tenaga kerja terhadap penciptaan nilai perusahaan). Formula perhitungan VACA sebagai berikut:

$$VACA = VA / CE$$

Keterangan:

VACA = *value added capital employed*

VA = *value added* (nilai tambah)

CE = *capital employed* (*book value of the net asset*)

*Value added human capital* (VAHU) merupakan indikator yang menunjukkan kontribusi yang dihasilkan oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam *human capital* terhadap *value added* perusahaan (berapa banyak *value added* dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk *human capital*). Formula perhitungan VAHU sebagai berikut:

$$VAHU = VA/HC$$

Keterangan:

VAHU = *value added human capital*

VA = *value added* (nilai tambah)

HC = *human capital* (beban karyawan)

STVA merupakan indikator yang menunjukkan kontribusi *structural capital* dalam *value added* perusahaan. STVA mengukur jumlah *structural capital* yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu rupiah dari *value added* dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan *structural capital* dalam penciptaan nilai. Pulic (2004) menyatakan bahwa *structural capital* merupakan selisih antara *value added* dan *human capital*. Artinya, semakin besar kontribusi *human capital* dalam penciptaan nilai, maka semakin kecil kontribusi *structural capital* dalam hal tersebut. Formula perhitungan STVA sebagai berikut:

$$STVA = SC/VA$$

Keterangan:

STVA = *structure capital value added*

SC = *structural capital* (VA – HC)

VA = *value added* (nilai tambah)

VAIC<sup>TM</sup> menunjukkan kemampuan intelektual sebuah perusahaan, yang biasanya disebut sebagai *business performance indicator*. VAIC<sup>TM</sup> merupakan penjumlahan dari 3 komponen pengukuran *intellectual capital*. Formula perhitungan VAIC<sup>TM</sup> sebagai berikut:

$$VAIC^{TM} = VACA + VAHU + STVA$$

Keterangan:

VAIC = *value added intellectual coefficient*

VACA = *value added capital employed*

VAHU = *value added human capital*

STVA = *structure capital value added*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif berupa berupa nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi untuk variabel *intellectual capital*, *competitive advantage*, dan kinerja keuangan disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Var	N	Min	Max	Mean	SD
IC	100	-3,48	14,88	4,63	3,23
CA	100	0,05	0,73	0,34	0,16
KK	100	-0,11	0,50	-0,02	0,06

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan model regresi dalam analisis jalur (*path analysis*) guna memprediksi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan pengolahan data, maka hasil analisis jalur disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Persamaan Jalur

Sub	Beta	Sig.	Keterangan
<b>Sub 1</b>			
IC → CA	0,240	0,016	Signifikan
<b>Sub 2</b>			
IC → KK	0,283	0,004	Signifikan
CA → KK	0,230	0,018	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

## Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan

Perusahaan yang mampu memaksimalkan pemanfaatan *intellectual capital* akan

menciptakan nilai tambah bagi perusahaan yang akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan tersebut. Penelitian ini mendukung *resource-based theory* yang digunakan pada penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa konsep *intellectual capital* akan memicu kinerja perusahaan menjadi semakin baik. Semakin tinggi investasi perusahaan pada *intellectual capital* yang dimilikinya, maka kontribusi terhadap kinerja keuangan berupa pertambahan nilai perusahaan juga akan semakin besar. Sumber daya manusia merupakan salah satu pemegang peran penting dalam *intellectual capital*, sehingga seiring dengan peningkatan sumber daya manusia, maka kinerja keuangan perusahaan juga diharapkan mampu terdorong peningkatannya. Covid-19 membawa dampak bagi sektor perusahaan *consumer goods* Indonesia. Pertumbuhan nilai tambah ekonomi cenderung melambat karena kerugian yang dialami beberapa perusahaan *consumer goods* pada masa pandemi, namun dengan maksimalnya pengelolaan dan pemanfaatan *intellectual capital*, maka nilai tambah ekonomi perusahaan akan terjamin dalam jangka panjang.

*Intellectual capital* mempunyai kemampuan untuk menciptakan daya saing yang akan menciptakan nilai tambah dan mendorong kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik. Cara paling efektif dalam mengukur *intellectual capital* adalah dengan berfokus pada *economic value added* yang dapat diciptakan oleh perusahaan dari pemanfaatan *intellectual capital* itu sendiri. Investasi pada *training* atau pelatihan *skill* maupun pengetahuan bagi karyawan, investasi pada bidang teknologi untuk mengembangkan struktur organisasi dan proses internal, dan investasi pada hubungan dengan *partner kerja* eksternal merupakan upaya-upaya perusahaan untuk mengelola *intellectual capital* yang dapat menjadi faktor

pendorong terjadinya peningkatan *economic value added*. *Economic value added* akan ikut bertambah seiring dengan adanya pertambahan investasi. Perusahaan manufaktur sektor *consumer goods* yang memiliki strategi yang baik, mampu memanfaatkan pengetahuan, pengalaman, serta kreativitas karyawannya, serta hubungan yang baik dengan mitranya diyakini dapat mendorong pertambahan nilai ekonominya secara berkelanjutan. *Intellectual capital* mewakili faktor-faktor penting untuk mencapai keunggulan kompetitif, serta meningkatkan dan mendorong peningkatan berkelanjutan untuk kinerja perusahaan (Schiuma & Lerro, 2008).

Penelitian ini konsisten dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mojtahedi & Ashrafipour (2013) dan Masri *et al.* (2018), yang menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan *economic value added*. Semakin tinggi investasi perusahaan pada *intellectual capital* yang dimilikinya, maka akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan berupa *economic value added*. Investasi pada *intellectual capital* akan membantu perusahaan menghasilkan pendapatan yang mampu memenuhi seluruh biaya. Dengan demikian, pendapatan residual akan meningkat dan *economic value added* tercipta. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini dilakukan oleh Mojtahedi & Ashrafipour (2013) dan Masri *et al.* (2018), yang menguraikan pengaruh yang dihasilkan oleh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Intellectual capital* merupakan aset yang sangat penting bagi perusahaan di era ekonomi berbasis pengetahuan sekarang ini. *Intellectual capital* mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan menciptakan *value added*.

### **Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Competitive Advantage***

*Intellectual capital* yang dimiliki perusahaan *consumer goods* berupa pengetahuan, pengalaman, kompetensi, inovasi, dan kreativitas yang beragam akan membantu perusahaan menghasilkan produk yang khas, unik dan berbeda dari perusahaan lain yang dapat menjadi *trendsetter*, namun tidak mudah ditiru. Keunggulan tersebut yang akan membantu perusahaan untuk mempertahankan posisinya di pasar dan mampu terus berkompetisi dengan perusahaan pesaing. *Competitive advantage* akan meningkat seiring dengan meningkatnya efektivitas dan efisiensi pemanfaatan dan investasi pada *intellectual capital*, terutama pada karyawan dan teknologi internal perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung *resource-based theory* yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan teori ini, perusahaan dapat memperoleh *competitive advantage* yang berkelanjutan dengan sumber daya yang berharga. *Competitive advantage* yang dihasilkan berasal dari internal perusahaan dalam bentuk *intellectual capital*, di mana keunggulan tersebut menjadikan perusahaan unik dan sulit ditiru oleh perusahaan pesaing.

Setiap perusahaan memiliki sumber daya yang berbeda-beda. Perbedaan sumber daya tersebut apabila dikelola dengan efektif dan efisien akan menciptakan perbedaan dari perusahaan lain, yaitu *competitive advantage*. Perusahaan yang memiliki *competitive advantage* akan mampu bersaing dengan baik di pasar, dan juga bertahan dalam persaingan pasar yang sengit. Dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka diperoleh suatu cara dalam menggunakan sumber daya lainnya secara efisien dan ekonomis yang nantinya dapat memberi *competitive advantage* bagi perusahaan

dalam bersaing dengan pesaingnya (Hadiwijaya & Rohman, 2013).

Hasil penelitian ini konsisten dan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diargya (2016), yang menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage*. Penelitian lain dilakukan oleh Altarawneh (2017) juga menemukan bahwa terdapat pengaruh *intellectual capital* terhadap *competitive advantage* yang signifikan. Daya saing perusahaan akan terus meningkat seiring dengan diutamakannya pengelolaan *intellectual capital*, terutama dengan mempertahankan dan memberi motivasi secara terus-menerus kepada sumber daya manusia yang berkualitas dan berpotensi.

### **Pengaruh *Competitive Advantage* terhadap Kinerja Keuangan**

Penelitian ini mendukung dengan *resource-based theory* yang digunakan dalam penelitian ini. Perusahaan yang memiliki kemampuan bersaing yang tinggi di pasar akan meningkatkan kinerja keuangannya. Perusahaan manufaktur sektor *consumer goods* yang memiliki *competitive advantage* seperti keunikan dan kualitas yang tidak dapat ditiru oleh pesaing, dan mampu mengelolanya dengan efektif dan efisien tentunya lebih baik dari perusahaan yang tidak memiliki *competitive advantage*. Adanya *competitive advantage* tersebut akan membantu perusahaan dalam memenangkan perhatian konsumen dan menciptakan *economic value added*, yang akan meningkatkan pendapatan residual untuk menunjukkan profitabilitas suatu produk atau proyek. *Economic value added* akan membantu menjaga dan menjamin kelangsungan operasional perusahaan dalam jangka panjang.

Perusahaan yang memiliki sumber daya yang tidak dimiliki dan diinginkan oleh perusahaan lain dan dapat menghasilkan

apa yang tidak bisa dihasilkan oleh perusahaan pesaing, maka perusahaan dapat dikatakan memiliki *competitive advantage*. *Competitive advantage* dapat tercipta apabila perusahaan dapat memberikan nilai yang lebih baik, lebih unik dan memiliki manfaat untuk konsumennya yang tidak dapat diperoleh dari perusahaan pesaing lainnya (Purwanti & Mu'ah, 2019).

Hasil penelitian ini konsisten dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuliana & Khoiriyah (2018). Penelitian tersebut menunjukkan pengaruh positif dan signifikan *competitive advantage* terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini juga konsisten dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Suhadak & Nuzula (2019) menemukan bahwa *competitive advantage* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

### **Peran *Competitive Advantage* dalam Memediasi Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan**

*Competitive advantage* berperan dalam memediasi hubungan antara variabel *intellectual capital* dan kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor *consumer goods* di Indonesia. *Competitive advantage* lahir sebagai hasil dari fungsi pemanfaatan *intellectual capital* dalam perusahaan. Variabel *competitive advantage* membantu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel kinerja keuangan sebagai pengaruh tidak langsung dari pemanfaatan variabel *intellectual capital*.

Hasil penelitian yang dilakukan sejalan dengan *resource-based theory* yang digunakan dalam penelitian ini. *Resource-based theory* dikembangkan untuk memberi gambaran mengenai keunggulan bagi perusahaan, di mana *competitive advantage* tercipta apabila sebuah perusahaan memiliki sumber daya yang unggul. Contoh konkret dapat dilihat pada

perusahaan PT Multi Bintang Indonesia Tbk. yang berhasil menciptakan produk minuman beralkohol 0,0% dengan harga yang premium. Harga premium tidak menghalangi konsumen untuk menikmati minuman inovasi baru yang unik tersebut. Inovasi dan keunikan tersebut menjadi daya saing perusahaan dan akan memberi perusahaan nilai tambah ekonomis dalam jangka panjang. *Resource-based theory* juga menginterpretasikan bagaimana perusahaan mengatur sumber daya yang dimilikinya agar dapat dimaksimalkan penggunaannya. Perusahaan yang mampu mengerahkan seluruh sumber daya yang dimilikinya akan menciptakan nilai yang lebih unggul untuk bersaing di pasar, sehingga dapat meningkatkan minat pasar. Peningkatan minat pasar akan membawa perusahaan menuju pada peningkatan kinerja keuangan dan menjamin kelangsungan operasional perusahaan di masa depan.

Kapabilitas inovasi berpengaruh untuk membawa *intellectual capital* lebih efektif dalam meningkatkan kinerja keuangan (Wu & Sivalogathan, 2013). *Intellectual capital* berperan penting dalam mendorong dan memaksimalkan penggunaan dan peningkatan sumber daya yang dimiliki perusahaan berupa pengalaman, keterampilan, informasi, pengetahuan, serta sumber daya lainnya untuk lebih kreatif dan inovatif lagi, agar dapat memenangkan posisi di pasar persaingan. *Premium pricing capability* (PPC) merupakan metode penentuan harga di mana harga yang ditetapkan lebih tinggi dari harga pasar. Metode ini dapat mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut karena keunikan dan kualitasnya yang lebih tinggi dan terjamin. Keunikan dan kualitas produk akan membantu perusahaan manufaktur sektor *consumer goods* dalam menjalankan *marketing* dan *advertising* karena daya tariknya dan perbedaannya dengan produk

di pasar, sehingga akan membantu perusahaan untuk mencapai keunggulan dari produk yang dihasilkan perusahaan pesaing.

Perusahaan manufaktur sektor *consumer goods* yang mampu berinovasi, berkreasi, memanfaatkan kemitraan dan aliansi, memiliki strategi yang baik, serta mampu menyesuaikan kebutuhan pasar akan memiliki keunggulan di mata konsumen. Hal ini akan membawa perusahaan menuju pada kinerja keuangan yang lebih baik. Peran *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan akan meningkat secara tidak langsung pada setiap kenaikan satu satuan *competitive advantage*.

Penelitian ini konsisten dan sejalan dengan penelitian terdahulu dilakukan oleh Anggraini *et al.* (2018) dan Nurhayati *et al.* (2019), yang membuktikan bahwa *competitive advantage* berperan penting dalam memediasi hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja. *Competitive advantage* merupakan aktivitas bernilai tambah yang memengaruhi *intellectual capital* dalam proses menciptakan kinerja yang secara tidak langsung akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Dengan demikian, berinvestasi pada *intellectual capital* akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

## KESIMPULAN

Semakin efektif dan efisien pemanfaatan dan pengelolaan *intellectual capital*, maka kinerja keuangan perusahaan juga akan semakin meningkat. *Intellectual capital* yang dikelola secara efektif dan efisien akan mendorong produktivitas dan kapabilitas, memberikan nilai tambah ekonomi yang akan menjamin kelangsungan operasi perusahaan dan meningkatkan kinerja keuangannya. Selain itu, pemanfaatan dan pengelolaan

*intellectual capital* yang efektif dan efisien akan meningkatkan *competitive advantage*. *Intellectual capital* berupa bentuk pengalaman, keterampilan, informasi, pengetahuan, serta sumber daya lain yang dapat dimanfaatkan perusahaan akan mendukung perusahaan dalam menciptakan keunggulan untuk bersaing di pasar. Perusahaan yang memiliki kemampuan dalam penciptaan *competitive advantage*, maka akan memiliki kinerja keuangan yang semakin meningkat. Keunikan dan kualitas akan memberikan keunggulan untuk berkompetisi yang tidak dimiliki oleh pesaing, sehingga perusahaan dapat memiliki perhatian dan kepercayaan konsumen yang akan membantu perusahaan dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi dan mencapai kinerja keuangan yang lebih baik. Pengaruh yang diberikan oleh *intellectual capital* dinilai positif dapat memberikan keyakinan bahwa ketika perusahaan memberikan nilai yang lebih baik, lebih unik dan lebih bermanfaat, dan lebih unggul dari perusahaan pesaing lainnya, maka akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan membawa perusahaan menuju kinerja keuangan yang lebih baik.

Implikasi teoretis penelitian ini mendukung *resource-based theory* yang menganalisis pentingnya manajemen strategis untuk relevansi praktisnya dengan praktik manajemen kontemporer. Penelitian ini menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan manufaktur sektor *consumer goods* di Indonesia apabila dikelola dan dimanfaatkan dengan efektif dan efisien akan memberikan perusahaan perbedaan yang unik. Keunikan tersebut merupakan sebuah keunggulan bagi perusahaan *consumer goods* sebagai daya tarik untuk bertahan dan bersaing di pasar dan merebut perhatian konsumen.

Implikasi praktis penelitian ini adalah perusahaan dapat mempertimbangkan

pengembangan aset tidak berwujud berupa *intellectual capital*. Pengembangan *intellectual capital* akan membantu perusahaan dalam menciptakan inovasi-inovasi yang kreatif dan unik untuk membentuk *competitive advantage*. *Competitive advantage* akan membantu perusahaan bersaing di pasar, serta meningkatkan nilai tambah yang akan berdampak baik pada kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini juga dapat dapat menjadi bahan pertimbangan sebelum melakukan investasi pada sebuah perusahaan manufaktur sektor *consumer goods*. Perusahaan yang mengembangkan aset tidak berwujud berupa *intellectual capital* akan meningkatkan nilai tambah perusahaan dan berujung pada peningkatan kinerja keuangan yang lebih baik. Hal ini akan berdampak baik untuk para investor, yaitu menerima *return* yang maksimal.

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan satu jenis strategi sebagai indikator dalam pengukuran variabel *competitive advantage*, sehingga belum bisa membandingkan strategi *competitive advantage* yang memiliki pengaruh yang paling kuat sebagai variabel pemediasi, dan yang paling berpengaruh terhadap pertambahan nilai perusahaan. Peneliti ini juga menggunakan gabungan dari tiga komponen *intellectual capital* dalam mengukur variabel *intellectual capital* tersebut, sehingga penelitian ini tidak dapat menjelaskan komponen *intellectual capital* mana yang berperan paling penting dalam memengaruhi variabel lainnya.

Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan mengukur variabel *competitive advantage* dengan menggunakan indikator dari strategi *competitive advantage* lainnya sebagai perbandingan dengan penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga dapat menguraikan variabel *intellectual capital*

dan melakukan penelitian pada masing-masing komponen untuk menginvestigasi lebih lanjut mengenai komponen dari *intellectual capital* yang berperan paling penting bagi perusahaan, agar dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan investasi dalam rangka menciptakan nilai tambah ekonomis melalui keunggulan kompetitifnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Altarawneh, I. (2017). Effect of Intellectual Capital on Competitive Advantage in the Jordanian Pharmaceutical Companies. *European International Journal of Business and Management*, 9(5), 39–53. [www.eijst.org.uk](http://www.eijst.org.uk)
- Anggraini, F., Abdul-Hamid, M. A., & Kassim Aza Azlina, M. D. (2018). Competitive Advantage as Mediating Role of Intellectual Capital and University Performance: An Empirical Study in Indonesia. *International Journal of economics and Management*, 12(2), 351-363.
- Bosnet. (2020, Oktober 27). Peran *Direct-To-Consumer* (D2C) pada Sektor FMCG. Diakses pada 26 September 2022, dari <https://bosnetdis.com/news/peran-direct-to-consumer-d2c-pada-sektor-fmcg/>
- Chen, YS. (2008). The Positive Effect of Green Intellectual Capital on Competitive Advantages of Firms. *Journal of Business Ethics*, 77, 271–286. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9349-1>
- Deviana, D. A., & Isa, M. (2018). Analisis Pengaruh Intellectual Capital terhadap Financial Performance dengan Competitive Advantage sebagai Variabel Intervening. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Diargya, B. R. (2016). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Competitive Advantage dan Pertumbuhan Pendapatan. Skripsi, Universitas Padjadjaran.
- Elvira, V. (2021, April 06). Kinerja Industri Sektor FMCG Tahun 2020 Menjadi yang Terparah dalam 20 Tahun Terakhir. Diakses pada 26 September 2021, dari <https://industri.kontan.co.id/news/kinerja-industri-sektor-fmcg-tahun-2020-menjadi-yang-terparah-dalam-20-tahun-terakhir>
- Febrian, A. F., Maulina, E., & Purnomo, M. (2018). The Influence of Social Capital and Financial Capability on Sustainable Competitive Advantage Through Entrepreneurial Orientation: Empirical Evidence from Small and Medium Industries in Indonesia using PLS-SEM. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 5(12), 218–232.
- Haryoprast (2020, April 27). Gagap Layanan Pesan Antar, Fenomena di Consumer Goods. Diakses pada 27 September 2021, dari <https://haryoprast.com/2020/04/27/gagap-layanan-pesan-antar-fenomena-consumer-goods/>
- Hadiwijaya, R. C., & Rohman, A. (2013). Pengaruh Intellectual Capital pada Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(3), 1–7. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p02>
- Kuryanto, B., & Syafruddin, M. (2008). Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan. Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Kusuma, H., & Mahmud, M. (2016). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Pasar pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Pengujian dengan Persamaan Simutan). *Jurnal STEI Ekonomi*, 23(1), 17–28. <https://doi.org/10.36406/jemi.v23i01.47>
- Lee, C.C., & Lin, C.K. (2019). The Major Determinants of Influencing the Operating Performance from the Perspective of Intellectual Capital: Evidence on CPA Industry. *Asia Pacific Management Review*, 24(2), 124–139. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2018.01.006>
- Lukas, M. P., Pasoloran, O., & Jao, R. (2018). Pengaruh Komponen Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Ajar*, 1(01), 21-43. <https://doi.org/10.35129/ajar.v1i01.47>
- Marr, B., Schiuma, G., & Neely, A. (2004). Intellectual capital – Defining Key Performance Indicators for Organizational Knowledge Assets. *Business Process Management Journal*, 10(5), 551–569. <https://doi.org/10.1108/14637150410559225>
- Masri, I., Frisca, D. P., Satria, I., & Bantasyam, S. (2018). The Role of Intellectual Capital to Economic Value Added (Empirical Study on Manufacturing Companies of Consumption Goods Sector). *Jurnal Akuntansi Riset*, 10(1), 87–96. <https://doi.org/10.17509/jaset.v10i1.12741>
- Mojtahedi, P., & Ashrafipour, M. A. (2013). The Effects of Intellectual Capital on Economic Value Added in Malaysians Companies. *Current Research Journal of Economic Theory*, 5(2), 20–24.

- <https://doi.org/10.19026/crjet.5.5520>
- Ng, S., Daromes, F. E., Lukita, M., Bangun, Y. K., & Lukman. (2020). Filantropi sebagai Prediktor Nilai Perusahaan melalui Kinerja Keuangan. *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, 4(2), 27–56.  
<https://doi.org/10.36766/ijag.v4i2.125>
- Nurhayati, E., Arifin, B., & Mulyasari, W. (2019). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan di Industri Perbankan dengan Competitive Advantage sebagai Variabel Intervening. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 14(1), 1–24.
- Poetri, F. S. R. (2015). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Economic Value Added pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013. Skripsi, Universitas Negeri Surabaya.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior*. New York: The Free Press.
- Porter, M.E. (1986). Changing Patterns of International Competition. *California Management Review*, 28(2), 9–40.  
<https://doi.org/10.2307/41165182>
- Pulic, A. (1998). *Measuring Performance of Intellectual Potential in the Knowledge Economy*. Hamilton: The 2nd World Congress on the Management of Intellectual Capital.
- Pulic, A. (2004). Intellectual Capital—Does It Create or Destroy Value? *Measuring Business Excellence*, 8(1), 62–68.  
<https://doi.org/10.1108/13683040410524757>
- Purwanti, I., & Mu'ah. (2019). Pengaruh Intangible Asset terhadap Kinerja Keuangan dengan Keunggulan Bersaing sebagai Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 72–87.  
<https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i1.005>
- Ratnasari, R. B., Titisari, K. H., & Suhendro. (2016). Pengaruh Value Added Intellectual Capital, GCG, dan Struktur Kepemilikan terhadap Kinerja Keuangan. *Journal of Economic and Economic Education*, 4(2), 240–257.  
<https://doi.org/10.22202/economica.v4i2.382>
- Ray, S. (2012). Efficacy of Economic Value Added Concept in Business Performance Measurement. *Advances in Information Technology and Management*, 2(2), 260–267.
- Ristiani, F. (2021). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan dengan Competitive Advantage sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 10(1).  
<https://doi.org/10.30595/kompartemen.v17i1.3971>
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Schiuma, G., & Lerro, A. (2008). Intellectual Capital and Company's Performance Improvement. *Measuring Business Excellence*, 12(2), 3–9.  
<https://doi.org/10.1108/13683040810881153>
- Shiddiq, C. H. A., & Yuyetta E. N. A. (2013). Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Intervening. Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Sunarsih, N. M., & Mendra, N. P. Y. (2012). Pengaruh Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan dengan

- Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi, Universitas Mahasaraswati.
- Susanti. (2018). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Perusahaan dan Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Intervening. Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung.
- Susanto, A. B. (2014). *Manajemen Strategik Komprehensif: Untuk Mahasiswa dan Praktisi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ulum, I. (2009). *Intellectual Capital: Konsep dan Kajian Empiris*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.4250050207/abstract>
- Wijaya, H., & Tjun, L. (2009). Pengaruh Economic Value Added terhadap Tingkat Pengembalian Saham pada Perusahaan yang Tergabung dalam LQ-45. *Jurnal Akuntansi*, 1(2), 180–200. <https://doi.org/10.28932/jam.v1i2.378>
- Wijayanto, A., Suhadak, Dzulkirom, M., & Nuzula, N. F. (2019). The Effect of Competitive Advantage on Financial Performance and Firm Value: Evidence from Indonesian Manufacturing Companies. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 85(1), 35–44. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.04>
- Wu, X., & Sivalogathan, V. (2013). Intellectual Capital for Innovation Capability: A Conceptual Model for Innovation. *International Journal of Trade Economics and Finance*, 4(3), 139–144. <https://doi.org/10.7763/IJTEF.2013.V4.274>
- Yuliana, I., & Khoiriyah, J. (2018). Modal Intelektual, Keunggulan Kompetitif, dan Kinerja Keuangan pada Perusahaan High-IC di Indonesia dan Singapura. *Master of Management Journal*, 7(4), 17–32. <https://doi.org/10.29303/jmm.v7i4.343>
- Yuniar, T. (2021). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(3), 1–21. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v17i1.397>