

PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Tiara Yuniar

tiarayuniar7@gmail.com

Lailatul Amanah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of the intellectual capital toward the financial performance of the consumer goods companies with the competitive excellence as the mediation variable. In this study, the Intellectual Capital is proxied by the VAICTM, the financial performance is measured by the Return On Assets (ROA), and the excellence competitive is measured by the Premium Price Capability (PPC). The Applied population of this study are the manufacturing companies in the consumer goods sub sector which are registered in Indonesia's Stock Exchange in 2016-2019. The samples of this criteria, so there are 27 consumer goods companies as the samples. The analysis of this study applies the regression analysis and the path analysis. Based on the regression and the path analysis with 5% significance level, the result of this study shows that: (1) The Intellectual Capital gives positive impacts to the financial performance, (2) The Intellectual Capital gives negative impacts to the competitive excellence, (3) The Competitive Excellence gives positive impacts to the financial performance, (4) The Competitive Excellence does not mediate the intellectual capital with the financial performance.

Keywords: *intellectual capital, competitive excellence, return on assets*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan *consumer goods* dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi. Dalam penelitian ini *Intellectual Capital* diproksikan dengan VAICTM, Kinerja keuangan diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA), dan Keunggulan Kompetitif diproksikan dengan *Premium Price Capability* (PPC). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu, sehingga diperoleh 27 sampel perusahaan *consumer goods* yang memenuhi kriteria. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi dan *path analysis*. Berdasarkan hasil analisis regresi dan *path analysis* dengan tingkat signifikansi 5%, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, (2) Variabel *Intellectual Capital* berpengaruh negatif terhadap Keunggulan Kompetitif, (3) Variabel Keunggulan Kompetitif berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, (4) Variabel Keunggulan Kompetitif tidak memediasi *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan.

Kata Kunci: *intellectual capital, keunggulan kompetitif, return on assets*

PENDAHULUAN

Sekarang ini banyak sekali usaha-usaha atau bisnis baru yang muncul dari yang terkecil hingga yang terbesar, sehingga ini membuat tantangan besar bagi setiap pelaku usaha dalam bersaing untuk mendapatkan nilai tambah dimata *stakeholder*-nya. Dengan keadaan ekonomi yang semakin kompetitif ini maka pelaku usaha didorong untuk membuat suatu inovasi baru yang unik didalam usahanya agar mampu bersaing. Setiap pelaku usaha tentu memiliki perbedaan dalam memperoleh suatu keuntungan, ada yang mengalami kerugian dan ada pula yang lebih unggul dalam memperoleh labanya. "Mengapa hal itu bisa terjadi?", salah satu faktor yang mungkin bisa menjadi pembeda dari pelaku usaha

lainnya yaitu, dalam menerapkan *Intellectual Capital*. Menurut Kusuma (2015) *Intellectual Capital* sangat berperan dalam memenangkan keunggulan kompetitif melalui inovasi yang merupakan bagian dari *Intellectual Capital*, baik itu berupa inovasi suatu produk maupun inovasi teknologi. Perusahaan yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif dirasa lebih mampu menjaga kelangsungan bisnisnya dalam jangka waktu yang lama dari para pesaingnya, sehingga perusahaan akan dapat bertahan didalam persaingan (Isa dan deviana, 2018). Porter, 1980 (dalam Febrian *et al.*, 2017) apabila ingin memenangkan suatu persaingan tentu diperlukan strategi dalam bersaing, salah satu strategi yang bisa digunakan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu strategi generik Michael Porter, Strategi generik menurut Porter (1980) terdiri dari strategi kepemimpinan biaya (*Cost Leadership*), strategi pembedaan produk (*Differentiation*), dan strategi fokus (*Focus*).

Aaker, 1989 (dalam Tampi, 2015) Apabila perusahaan mampu menciptakan keunggulan melalui salah satu dari ketiga strategi generik tersebut, maka akan didapatkan keunggulan kompetitif. Dengan terciptanya suatu inovasi produk dan memiliki daya saing didalam pasar maka akan memberikan profitabilitas bagi perusahaan, ini membuktikan keunggulan kompetitif yang terbentuk dari *Intellectual Capital* mampu mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Kusuma, 2015). Kinerja keuangan perusahaan mencerminkan tingkat efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan untuk mengukur kinerja keuangan yang sering kali digunakan dalam pengambilan keputusan, hal ini dikarenakan rasio profitabilitas sangat cocok mengukur efektivitas dan mengevaluasi kinerja manajemen dalam menjalankan usaha bisnis dan produktivitasnya dalam mengelola aset-aset perusahaan secara keseluruhan (Gany dan Nugrahanti, 2015).

Dari pengertian diatas masih terdapat perbedaan hasil dari peneliti sebelumnya dalam penelitian antara IC dengan kinerja keuangan, seperti hasil penelitian Saragih (2019), Pohan *et al.*, (2018), Yulandari dan Gunawan (2019), menyatakan jika *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA. Tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari *et al.*, (2016) serta Arifulsyah dan Nurulita (2020) yang menyatakan jika *Intellectual Capital* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA. Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan masih ada hasil yang berbeda mengenai pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan.

Beberapa hasil penelitian keunggulan kompetitif memediasi hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan sebagai berikut, Libyanita dan Wahidahwati (2016), serta Isa dan Deviana (2018) dalam hasil penelitiannya mengungkapkan jika keunggulan kompetitif mampu memediasi *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA. Yuliana dan Khoiriyah (2018) dalam hasil penelitiannya mengungkapkan jika keunggulan kompetitif mampu memediasi *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Economic Value Added* (EVA). Purwanti dan Mu'ah (2019) dari hasil penelitiannya mengungkapkan jika keunggulan kompetitif mampu memediasi secara penuh hubungan *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan UKM tenun ikat di Lamongan Jawa Timur.

Penelitian mengenai keunggulan kompetitif dalam memediasi hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan setidaknya sudah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya berada di pengukuran untuk keunggulan kompetitif. Peneliti sebelumnya banyak menggunakan pengukuran dengan fokus strategi generik porter tentang kepemimpinan biaya (*Cost Leadership*) sedangkan dalam penelitian ini peneliti ingin mencoba mengukur keunggulan kompetitif dengan menggunakan strategi pembedaan produk (*Differentiation*). Menurut Prajogo dan Sohal (2006) dalam hasil temuannya menunjukkan bahwa strategi diferensiasi mampu mempengaruhi secara positif kinerja perusahaan, sementara pilihan strategi

kepemimpinan biaya tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Begitu juga dengan hasil penelitian Hariyati *et al.*, (2018) dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi diferensiasi mempengaruhi kinerja perusahaan. Dengan begitu pemilihan strategi juga sangat berpengaruh bagi perusahaan, dengan memilih strategi yang tepat maka akan mempengaruhi kinerja perusahaan sehingga mampu mencapai keunggulan bersaing yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi". Didapat rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: (1). Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan?, (2). Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Keunggulan Kompetitif?, (3). Apakah Keunggulan Kompetitif berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan?, (4). Apakah Keunggulan Kompetitif memediasi hubungan *Intellectual Capital* dan Kinerja Keuangan?. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah : (1). Untuk menguji pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan, (2). Untuk menguji pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Keunggulan Kompetitif, (3). Untuk menguji pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Keuangan, (4). Untuk menguji kemampuan Keunggulan Kompetitif mediasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan.

TINJAUAN TEORITIS

Stakeholder Theory

Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain (Ghozali dan Chariri, 2007). *Stakeholder theory* memfokuskan alasan perusahaan mengungkap informasi dalam laporan keuangan. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan lebih memilih mengungkapkan informasi mengenai kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka secara sukarela dan melebihi diatas permintaan kewajibannya, agar ekspektasi dapat dipenuhi serta diakui oleh *stakeholder*. Tujuan utama dari teori ini adalah untuk membantu manajemen perusahaan memahami lingkungan *stakeholder* mereka agar dapat meningkatkan nilai dari dampak aktivitas yang dilakukan perusahaan serta dapat meminimalkan kerugian bagi *stakeholder* yang mungkin terjadi (Ulum, 2009:5).

Resource Based Theory (RBT)

Resource Based Theory membahas mengenai pengelolaan dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Suatu perusahaan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan mampu bersaing di dunia bisnis, jika perusahaan tersebut mampu mengelola dan memanfaatkan aset-aset yang dimiliki (aset berwujud dan aset tidak berwujud). Strategi yang potensial dan meningkatkan kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan menyatukan antara aset berwujud dengan aset tidak berwujud yang dimilikinya (Belkaoui, 2003). Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya unik perusahaan dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan tersebut dibanding dengan perusahaan lain. Menurut *resources based theory*, *Intellectual Capital* memenuhi kriteria sebagai sumber daya yang unik. Sumber daya unik yang dimaksud adalah sumber daya yang bernilai (*valuable*), langka (*rare*), tidak dapat ditiru (*intimitable*), dan tidak tergantikan (*non-subtitutable*). Dengan begitu perusahaan yang mampu memanfaatkan sumber dayanya dengan baik, maka akan mengantarkan perusahaan tersebut dalam mencapai keunggulan kompetitif (Yuliana dan Khoiriyah, 2018).

Intellectual Capital

Intellectual Capital adalah hasil dari intelektual dan kreasi manusia. *Intellectual Capital* atau modal intelektual memiliki peran yang sangat penting dan strategis di perusahaan.

Intellectual Capital dapat diukur berdasarkan *value added* (nilai tambah) terdapat tiga komponen dalam pengukurannya :

Human Capital merupakan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan seperti pengetahuan, pengalaman, keterampilan, komitmen, hubungan kerja yang baik didalam dan diluar lingkungan perusahaan (Faradina dan Gayatri, 2016). Menurut Kusuma (2015) *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut, *human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan dan mengasah pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya.

Structural Capital adalah sebuah kemampuan perusahaan dalam memenuhi proses aktivitas rutin yang mendukung usaha pekerja untuk meningkatkan kinerja bisnisnya dan peningkatan keunggulan bersaing, misalnya filosofi manajemen, budaya perusahaan, sistem operasi perusahaan, hubungan keuangan (Sugiono *et al.*, 2019). Menurut Kusuma (2015) *Structural Capital* merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal, seorang karyawan dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika perusahaan memiliki sistem, sarana dan prasarana yang buruk maka *Intellectual Capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensial.

Customer Capital merupakan hubungan harmonis yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang dapat diandalkan dan berkualitas (Saragih, 2017). Menurut Kusuma (2015) *Relational Capital* merupakan hubungan yang harmonis *association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, maupun yang berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar.

Kinerja Keuangan

Kinerja merupakan suatu tolak ukur yang harus dimiliki perusahaan dalam mengembangkan kegiatan bisnisnya. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dapat menunjang tercapainya tujuan perusahaan dalam mengembangkan dan memperluas usahanya di dunia bisnis. Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat tercermin pada laporan keuangan tahunan yang dibuat oleh pihak manajemen perusahaan berdasarkan standard penyusunan laporan keuangan. Pada penelitian ini untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan, peneliti menggunakan rasio profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Assetss (ROA)*.

Tujuan ROA adalah untuk mengetahui seberapa jauh aset yang digunakan dapat menghasilkan laba (Prihadi, 2012:260). ROA dapat di hitung dengan membagi laba bersih dengan total aset perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA yang dihasilkan perusahaan, maka hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah mampu memanfaatkan seluruh aset yang dimilikinya secara efisien. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang besar dengan investasi yang sedikit (Pramelasari, 2010).

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan hal yang sangat penting dari kinerja perusahaan dalam pasar yang kompetitif (Yuliana dan Khoiriyah, 2018). Menurut David dan David (2016:7) manajemen strategik adalah semua hal tentang memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif, hal ini dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang secara khusus dilakukan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Ketika perusahaan dapat melakukan sesuatu yang tidak bisa dilakukan pesaing atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaing hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif.

Salah satu strategi generik yang paling banyak digunakan yaitu milik Michael Porter, berdasarkan porter strategi memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif dari tiga dasar yang berbeda, strategi kepemimpinan/keunggulan biaya (*cost leadership*), strategi Pembedaan Produk (*Differentiation*), dan strategi fokus (*Focus*). Dengan penjelasan kepemimpinan/keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per-unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dengan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan memang ditujukan kepada konsumen yang tidak terlalu peduli dengan perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen (David dan David, 2016:141).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan

Intellectual Capital merupakan salah satu hal yang penting dalam *internal* perusahaan jika perusahaan tersebut menginginkan keunggulan kompetitif dengan kinerja keuangan yang baik maka perusahaan tersebut harus mampu mengelola *Intellectual Capital* dengan baik, agar nantinya bisa mempengaruhi nilai tambah terhadap aset perusahaan. Salah satu indikator yang mampu mengukur kinerja keuangan yaitu rasio profitabilitas, karena rasio ini berguna bagi para *stakeholder* dalam melihat kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh labanya. Jika semakin tinggi *Intellectual Capital* yang dimiliki perusahaan maka laba perusahaan akan meningkat dengan begitu akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik. Dengan demikian *Intellectual Capital* akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sesuai dengan hasil penelitian Yulandari dan Gunawan (2019) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap ROA. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wijayani (2017) yang menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis

H₁: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Keunggulan Kompetitif

Intellectual Capital merupakan sumber daya *internal* perusahaan yang harus didaya gunakan atau dikembangkan lebih dalam lagi. Agar perusahaan mampu untuk menciptakan nilai tambah dalam hal kemampuan berinovasi dan menciptakan kreativitas yang baru atau berbeda dari sebelumnya, ini berguna bagi perusahaan untuk tetap lebih unggul dari para pesaingnya. Menurut Isa dan Deviana (2018) *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif yang dicapai perusahaan berasal dari dalam perusahaan itu sendiri berupa *Intellectual Capital*. Dengan pengertian perusahaan yang mampu mengelola *Intellectual Capital*nya dengan baik, efektif serta efisien maka akan lebih mampu memperoleh keunggulan kompetitifnya. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis

H₂: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Keunggulan Kompetitif

Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Keuangan

Keunggulan kompetitif bisa diciptakan apabila perusahaan tersebut mampu memberikan nilai yang lebih baik, unik dan memiliki manfaat untuk konsumennya yang tidak diperoleh dari pesaing (Purwanti dan Mu'ah, 2019). Sesuai dengan pendapat David dan David (2016:7) yang menjelaskan ketika perusahaan dapat melakukan sesuatu yang tidak bisa dilakukan pesaing atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaing hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif. Dengan adanya keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan maka akan mampu mempengaruhi kinerja perusahaan semakin baik.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif akan mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dengan inovasi yang diberikan maka dapat memunculkan produk yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan laba. Menurut Libyanita dan Wahidahwati (2016) keunggulan kompetitif mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan, sesuai dengan hasil penelitian Purwanti dan Mu'ah (2019) keunggulan kompetitif mampu meningkatkan kinerja keuangan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis

H₃: Keunggulan Kompetitif berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan

Keunggulan Kompetitif Memediasi Hubungan *Intellectual Capital* dan Kinerja Keuangan

Dalam dunia bisnis tentu semua perusahaan akan mencoba berbagai cara untuk membuat para konsumennya membeli produk yang mereka pasarkan. Maka didalam persaingan bisnis tersebut tentu setiap perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan yang berbeda dari para pesaingnya. Perusahaan yang mampu mengelola *Intellectual Capital* dengan baik maka akan berpengaruh pada kondisi keunggulan kompetitif perusahaan. Sehingga perusahaan akan tumbuh dan berkembang apabila mampu menciptakan keunggulan melalui pendayagunaan sumber daya perusahaan. Semakin tinggi nilai *Intellectual Capital* maka keunggulan kompetitif perusahaan akan semakin besar dan dengan demikian akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan. Menurut Kamukama *et al.*, (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan dapat memediasi hubungan antara modal intelektual dan kinerja perusahaan. Sesuai dengan hasil penelitian Yuliana dan Khoiriyah (2018) dalam penelitiannya menyatakan jika keunggulan kompetitif mampu memediasi modal intelektual terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis

H₄:Keunggulan kompetitif mampu memediasi *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dimana lebih menekankan pada pengukuran variabel-variabel penelitian yang didasarkan pada teori-teori yang mendasarinya. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dipilih dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah: (1). Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berturut-turut selama periode 2016-2019, (2). Perusahaan *Consumer Goods* yang tanggal pencatatan (IPO) di atas tahun 2015, (3). Perusahaan *Consumer Goods* yang tidak memperoleh laba setiap tahunnya selama periode 2016-2019, (4). Perusahaan *Consumer Goods* yang tidak ditemukan laporan keuangannya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 27 perusahaan consumer goods dengan jumlah sampel selama periode 2016-2019 sebanyak 108.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode dokumenter. Metode dokumenter ini dapat diperoleh dari berbagai referensi seperti kumpulan buku, jurnal, maupun laporan keuangan tahunan perusahaan *Consumer Goods* yang diperoleh Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2019. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder, sumber data diperoleh dari situs resmi www.idx.co.id dan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya yang

merupakan sebuah lembaga penyedia data pasar modal, pelatihan pasar modal, konsultasi investasi dan penelitian.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel penelitian yaitu variabel dependen, variabel independen dan variabel mediasi, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel Dependen

Kinerja Keuangan

Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah kinerja keuangan yang diprosikan oleh *Return On Assets* (ROA), ROA merupakan suatu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan mengelola dan memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki perusahaan. ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Prihadi, 2012:261):

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Variabel Independen

Intellectual Capital

Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah modal intelektual yang dapat diukur berdasarkan tiga komponen utama dalam menciptakan nilai tambah. Tahapan perhitungan VAIC™ adalah sebagai berikut (Ulum, 2009):

Value Added (VA)

Tahap pertama adalah menghitung *Value Added (VA)*. *Value Added (VA)* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$VA = \text{output} - \text{input}$$

Keterangan:

Output : Jumlah pendapatan keseluruhan produk dan jasa yang telah terjual ditambah pendapatan lain

Input : Beban penjualan dan biaya-biaya lain (selain beban gaji dan upah atau beban karyawan)

Value Added Capital Employed (VACA)

Tahap kedua adalah menghitung *Value Added Capital Employed (VACA)*. VACA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$VACA = \frac{VA}{CE}$$

Keterangan:

CE (*capital employed*) : modal yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

Value Added Human Capital (VAHU)

Langkah ketiga adalah menghitung *Value Added Human Capital (VAHU)*. VAHU dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$VAHU = \frac{VA}{HC}$$

Keterangan:

HC (*Human Capital*) : dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja (beban gaji dan tunjangan)

Structural Capital Value Added (STVA)

Langkah keempat adalah menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA). STVA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$STVA = \frac{SC}{VA} \quad SC = VA - HC$$

Keterangan:

STVA : rasio SC terhadap VA

Sehingga, untuk mengetahui total perhitungan VAICTM dapat diinterpretasikan pada formula sebagai berikut:

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

Variabel Mediasi

Keunggulan Kompetitif

Variabel mediasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Keunggulan Kompetitif. Menurut Porter, 1980 (dalam Febrian *et al.*, 2017) jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis yaitu produk dengan harga tinggi (strategi diferensiasi) atau produk dengan biaya rendah (kepemimpinan biaya), bukan kedua-duanya. Menurut Lynn, 1994 (dalam Gani dan Jermias, 2006) keunggulan kompetitif perusahaan dapat diukur menggunakan indikator *Premium Price Capability*, yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membebaskan *Premium Price* pada pelanggan dengan melakukan strategi inovasi untuk menawarkan produk dan layanan unik, sehingga pelanggan bisa dibebankan harga tersebut. Adapun rumus menentukan *Premium Price Capability* sebagai berikut:

$$Premium Price Capability = Gross Margin / Total Penjualan$$

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier dan *path analysis* (analisis path), pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 21. Sebelum melakukan analisis regresi linier dilakukan uji asumsi klasik dengan harapan data yang dikumpulkan memiliki tingkat akurat yang baik.

Analisis Regresi

Persamaan regresi dalam penelitian ini menggunakan metode *product of coefficient*. Menurut Suliyanto (2011:198), metode *product of coefficient* adalah metode yang dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. 2 persamaan regresi tersebut bisa dilihat, sebagai berikut:

$$PPC = \alpha + \beta_2 VAIC^{TM} + e_1 \dots \dots \dots \text{Persamaan Regresi 1 (satu)}$$

$$ROA = \alpha + \beta_1 VAIC^{TM} + \beta_3 PPC + e_2 \dots \dots \dots \text{Persamaan Regresi 2 (dua)}$$

Keterangan :

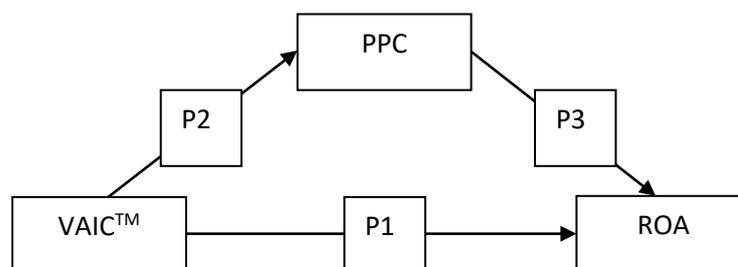
α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien variabel

- e_1, e_2 : Koefisien pengaruh variabel lain (*error*)
- VAIC™ : *Value added Intellectual Coefficient*
- PPC : *Premium Price Capability*
- ROA : *Return On Assets*

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel mediasi. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda untuk menguji model yang kompleks dengan menggunakan beberapa persamaan regresi (Latan dan Temalagi, 2013:109). Setelah melakukan persamaan regresi maka bisa didapatkan analisis jalur, desain diagram jalur dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1
Metode Analisis Jalur (*path analysis*)

Berdasarkan gambar model jalur diajukan hubungan berdasarkan teori bahwa *Intellectual Capital* mempunyai hubungan langsung dengan kinerja keuangan (P_1), Namun demikian *Intellectual Capital* juga mempunyai hubungan tidak langsung ke kinerja keuangan yaitu dari *Intellectual Capital* ke keunggulan kompetitif (P_2), setelah itu ke kinerja keuangan (P_3). Untuk mengetahui hubungan tidak langsung (*indirect effect*) antar variabel bebas dengan variabel terikat, bisa dilihat dari total pengaruh atau hubungan besarnya jalur. Total pengaruh variabel *intellectual capital* secara langsung maupun saat dimediasi oleh keunggulan kompetitif (PPC) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh Langsung} &= P_1 \\
 \text{Pengaruh Tidak Langsung} &= \frac{P_2 \cdot P_3}{} \\
 \text{Total Pengaruh} &= P_1 + (P_2 \cdot P_3)
 \end{aligned}$$

Menurut Sujarweni (2016:303) apabila hasil pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung maka dikatakan mampu memediasi, tetapi jika pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung maka variabel mediasi dirasa kurang mampu dalam memediasi antara variabel independen dengan variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk memberikan deskripsi atau gambaran secara umum mengenai variabel penelitian. Dalam penelitian ini data ditransformasi guna menangani kasus residual yang tidak berdistribusi normal. Hasil analisis statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian bisa dilihat pada Tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAICTMT	108	1.417	3.795	2.17177	.480230
PPCT	108	1.883	4.427	3.28135	.483983
ROAT	108	.442	4.516	2.17742	.643770
Valid N (listwise)	108				

Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Berdasarkan Tabel 1 diatas, jumlah pengamatan yang diteliti sebanyak 108. Hasil dari perhitungan statistik deskriptif dari variabel-variabel penelitian setelah dilakukan transformasi dapat dijelaskan sebagai berikut: (a) Variabel *Intellectual Capital* yang diukur menggunakan VAICTM memiliki nilai minimum sebesar 1.417 dan nilai maximum sebesar 3.795, mean atau rata-rata sebesar 2.17177 dan standar deviasi sebesar 0.480230, (b) Variabel keunggulan kompetitif yang diukur menggunakan PPC memiliki nilai minimum sebesar 1.883 dan nilai maximum sebesar 4.427, mean atau rata-rata sebesar 3.28135 dan standar deviasi sebesar 0.483983, (c) Variabel kinerja keuangan yang diukur menggunakan ROA memiliki nilai minimum sebesar 0.442 dan nilai maximum sebesar 4.516, mean atau rata-rata sebesar 2.17742 dan standar deviasi sebesar 0.643770.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variable dependen dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak, data yang berdistribusi normal tentunya memiliki model regresi yang baik. Untuk menguji residual berdistribusi normal atau tidak dapat dideteksi dengan menggunakan uji statistik non-parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) (Ghozali, 2018:161). Dengan ketentuan nilai Sig > α . Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Model 1	Model 2
	Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N	108	108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.35731613
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z	.996	1.158
Asymp. Sig. (2-tailed)	.274	.137

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp. Sig* untuk model 1 sebesar (0.274) > *alpha* (0.05), dan besarnya nilai *Asymp. Sig* untuk model 2 sebesar (0.137) > *alpha* (0.05), hasil ini sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa model 1 dan model 2 telah berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (Ghozali, 2018:107). Menurut Suliyanto (2011:82) mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas, Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0.1 maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut tidak mengandung multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>Variance Influence Factor (VIF)</i>	Keterangan
Model 1 VAICTMT	1.000	1.000	Bebas Multikolinieritas
Model 2 VAICTMT	.545	1.835	Bebas Multikolinieritas
PPCT	.545	1.835	Bebas Multikolinieritas

Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Berdasarkan Pada Tabel 3 diatas tidak terdapat gejala multikolinieritas, dapat dilihat nilai VIF untuk variabel VAICTMT, PPCT, dan ROAT < 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0.1. Dengan demikian sesuai dengan ketentuan maka hasil uji multikolinieritas pada model 1 dan model 2 yang diajukan tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual terdapat kesamaan atau tetap antar variabel model regresi, maka hal tersebut disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas dan tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:137). Uji Heteroskedastisitas bisa diuji menggunakan uji *gletser*, dengan ketentuan ($\text{sig} > \alpha 0.05$). Hasil uji *gletser* disajikan pada Tabel 4 untuk model 1 dan model 2, sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a			Sig.	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
Model 1	(Constant)	.167	.102		1.647	.103
	VAICTMT	.049	.046	.104	1.077	.284
Model 2	(Constant)	.963	.458		2.102	.038
	VAICTMT	-.116	.092	-.166	-1.266	.208
	PPCT	-.126	.091	-.181	-1.384	.169

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Berdasarkan hasil output untuk Tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan tingkat Sig. Dari model 1 dan model 2 > 0.05 artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian sesuai dengan ketentuan maka hasil uji heteroskedastisitas pada model 1 dan model 2 yang diajukan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (periode sebelumnya). Menurut Sunyoto (2016:98) cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan melihat besaran *Durbin Watson*, dengan ketentuan tidak terjadi auto korelasi jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 \leq DW \leq +2$. Hasil uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin Watson*, sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model 1			Model 2		
R	R Square	Durbin-Watson	R	R Square	Durbin-Watson
.674 ^a	.455	.566	.715 ^a	.511	1.024

a. Predictors: (Constant), VAICTMT

a. Predictors: (Constant), PPCT, VAICTMT

b. Dependent Variable: PPCT

b. Dependent Variable: ROAT

Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Berdasarkan pada Tabel 5 diatas menunjukkan bahwa angka *Durbin Watson*, pada model 1 sebesar 0.566 dan model 2 sebesar 1.024 nilai tersebut terletak diantara -2 sampai +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa model 1 dan model 2 tidak terjadi autokorelasi.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Jika koefisien determinasi (R²) semakin mendekati 1, maka dapat dikatakan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model 1				Model 2			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.674 ^a	.455	.450	.358998	.715 ^a	.511	.502	.454231

a. Predictors: (Constant), VAICTMT

a. Predictors: (Constant), PPCT, VAICTMT

b. Dependent Variable: PPCT

b. Dependent Variable: ROAT

Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat diketahui koefisien determinasi untuk model 1 sebesar 0.455 atau 45.5% yang menunjukkan bahwa variabel VAICTTM dapat mempengaruhi variabel PPC sebesar 45.5% sedangkan sisanya 54.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan untuk model 2 diketahui koefisien determinasi sebesar 0.511 atau

51.1% yang menunjukkan bahwa variabel VAICTM dan PPC dapat mempengaruhi variabel ROA sebesar 51.1% sedangkan sisanya 48.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Analisis Regresi

Persamaan regresi dalam penelitian ini menggunakan metode *product of coefficient* yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dengan 2 persamaan regresi. Menurut Suliyanto (2011:198), metode *product of coefficient* adalah metode yang dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. 2 persamaan regresi tersebut bisa dilihat, sebagai berikut:

Persamaan Regresi 1 (satu)

Pada persamaan regresi satu ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel *Intellectual Capital* terhadap variabel keunggulan kompetitif, sebagai berikut:

$$PPC = \alpha + \beta_2 VAICTM + e_1 \dots \dots \dots \text{Persamaan Regresi 1 (satu)}$$

Tabel 7
Hasil Regresi Model 1

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.758	.161		29.604	.000
1 VAICTMT	-.680	.072	-.674	-9.406	.000

a. Dependent Variable: PPCT
Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Maka dari persamaan regresi satu didapat hasil regresi sebagai berikut:

$$PPC = 4.758 - 0.680 VAICTM + e_1$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

Konstanta (α) = 4.758

Konstanta (α) merupakan interpretasi Y jika X = 0, menunjukkan bahwa jika variabel dependen yang digunakan dalam model penelitian sebesar nilai konstanta 4.758.

Koefisien Regresi VAICTM = -0.680

Koefisien regresi VAICTM sebesar -0.680 menunjukkan arah negatif (berlawanan) antara VAICTM dengan PPC. Pengaruh negatif dapat terjadi apabila intelektual capital tidak diimbangi dengan keunggulan kompetitif perusahaan.

Persamaan Regresi 2 (dua)

Pada persamaan regresi dua ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel *Intellectual Capital* dan variabel keunggulan kompetitif terhadap kinerja keuangan, sebagai berikut:

$$ROA = \alpha + \beta_1 VAICTM + \beta_3 PPC + e_2 \dots \dots \dots \text{Persamaan Regresi 2 (dua)}$$

Tabel 8
Hasil Regresi Model 2

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.296	.619		-6.941	.000
	VAICTMT	1.144	.124	.853	9.235	.000
	PPCT	1.216	.123	.914	9.894	.000

a. Dependent Variable: ROAT

Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Maka dari persamaan regresi dua didapat hasil regresi sebagai berikut:

$$ROA = -4.296 + 1.144 \text{ VAIC}^{\text{TM}} + 1.216 \text{ PPC} + e_2$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

Konstanta (α) = -4.296

Konstanta (α) merupakan interpretasi Y jika $X = 0$, menunjukkan bahwa jika variabel dependen yang digunakan dalam model penelitian sebesar nilai konstanta -4.296.

Koefisien Regresi VAICTM = 1.144

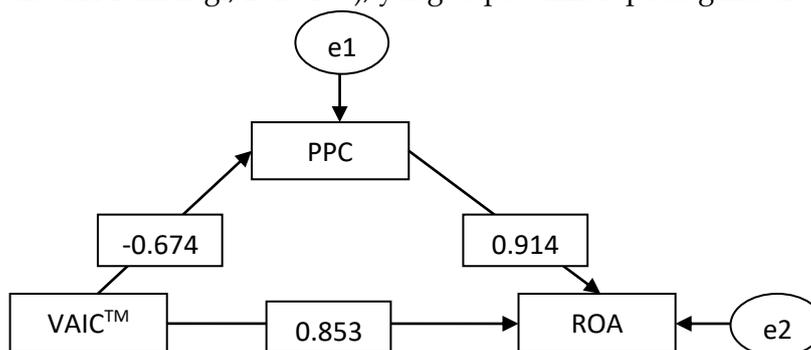
Koefisien regresi VAICTM sebesar 1.144 menunjukkan arah positif (searah) antara VAICTM dengan ROA. Pengaruh positif dapat terjadi karena dengan adanya intellectual capital, maka kinerja keuangan perusahaan akan mengalami peningkatan.

Koefisien Regresi PPC = 1.216

Koefisien regresi PPC sebesar 1.216 menunjukkan arah positif (searah) antara PPC dengan ROA. Pengaruh positif dapat terjadi karena dengan adanya keunggulan kompetitif, maka kinerja keuangan perusahaan akan mengalami peningkatan.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel mediasi. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda untuk menguji model yang kompleks dengan menggunakan beberapa persamaan regresi (Latan dan Temalagi, 2013:109). Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan diatas, maka dapat digambarkan diagram dari analisis jalur. Dimana untuk analisis jalur bisa dilihat dari *Standardized coefficient regression* (Latan dan Temalagi, 2013:109), yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2
Hasil Analisa Diagram Jalur

Analisis dari hasil diagram jalur: Besarnya pengaruh langsung antara *Intellectual Capital* (VAIC™) terhadap kinerja keuangan (ROA) yaitu sebesar 0.853, besarnya pengaruh tidak langsung dengan mengalikan *Intellectual Capital* (VAIC™) terhadap keunggulan kompetitif (PPC), dan keunggulan kompetitif (PPC) terhadap kinerja keuangan (ROA), didapat nilai sebesar $(-0.674) \times (0.914) = -0.616$, besarnya total pengaruh dengan menambahkan hasil pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung didapat nilai sebesar $0.853 + (-0.616) = 0.237$.

Menurut Sujarweni (2016:303) apabila hasil pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung maka mampu memediasi, tetapi jika pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung maka variabel mediasi dirasa kurang mampu dalam memediasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari hasil diatas menunjukkan jika, pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung ($0.853 > -0.616$), maka dari itu variabel keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan PPC dianggap kurang mampu menjadi mediasi antara *Intellectual Capital* dengan kinerja keuangan.

Uji Goodness Of Fit (Uji F)

Uji *Goodness of Fit* (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ini layak (fit) untuk diolah lebih lanjut, maka perlu dilakukan uji kelayakan atau kesesuaian model dengan ketentuan nilai *significance level* 0,05. Jika nilai signifikansi uji F < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi fit, begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi uji F lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak fit. Setelah dilakukan olah data hasil uji kelayakan model 2 dapat dilihat pada Tabel 9, sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Kelayakan Model 2
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22.681	2	11.340	54.964	.000 ^b
1 Residual	21.664	105	.206		
Total	44.345	107			

a. Dependent Variable: ROAT

b. Predictors: (Constant), PPCT, VAICTMT

Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Dari hasil *output* SPSS Tabel 9 diatas didapat tingkat signifikansi uji kelayakan model 2 < 0.05, yang menunjukkan pengaruh VAIC™ dan PPC secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap ROA. Dengan begitu uji ini sesuai untuk menjelaskan pengaruh antara variabel independen dan variabel mediasi terhadap variabel dependen.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara individual dapat berpengaruh terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2018:99). Untuk menguji tingkat signifikansi pada uji t dapat dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi uji t < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, sedangkan jika nilai signifikansi uji t > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Hasil pengujian statistik t dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Uji t
Coefficients^a

	Model 1		Model 2		
	t-statistik	Sig.	t-statistik	Sig.	
(Constant)	29.604	.000	(Constant)	-6.941	.000
VAICTMT	-9.406	.000	VAICTMT	9.235	.000
			PPCT	9.894	.000

a. Dependent Variable: PPCT

a. Dependent Variable: ROAT

Sumber Data: Laporan Keuangan Diolah Tahun 2021

Berdasarkan Tabel 10 untuk model 1 dan model 2, maka dapat disimpulkan hasilnya sebagai berikut: (a) Hasil perhitungan pada model 2 menunjukkan nilai t-test positif sebesar 9.235 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0.05, artinya pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan signifikan, (b) Hasil perhitungan pada model 1 menunjukkan nilai t-test negatif sebesar -9.406 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0.05, artinya pengaruh *Intellectual Capital* terhadap keunggulan kompetitif terbukti signifikan tetapi memiliki arah negatif, (c) Hasil perhitungan pada model 2 menunjukkan nilai t-test positif sebesar 9.894 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0.05, artinya pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja keuangan signifikan, (d) Berdasarkan dari gambar 2 hasil analisa diagram jalur diatas menunjukkan, jika pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung. Artinya keunggulan kompetitif tidak mampu memediasi *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan.

Pembahasan

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan

Pada penelitian ini hipotesis 1 mengukur tentang besarnya pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA. Hasil yang diperoleh menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA, sehingga kesimpulannya hipotesis yang diajukan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengelola *Intellectual Capital*nya dengan baik maka perusahaan tersebut akan dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan sehingga ini akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Salah satu indikator yang mampu mengukur kinerja keuangan yaitu rasio profitabilitas, karena rasio ini berguna bagi para *stakeholder* dalam melihat kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh labanya. Sesuai dengan pendapat (Ulum, 2009:5) tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan memahami lingkungan *stakeholder* mereka agar dapat meningkatkan nilai dari dampak aktivitas yang dilakukan perusahaan serta dapat meminimalkan kerugian bagi *stakeholder* yang mungkin terjadi. Dalam hal ini perusahaan bisa mengelola aset yang dimiliki secara efektif dan efisien yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA). Jika semakin tinggi *Intellectual Capital* yang dimiliki perusahaan maka laba perusahaan akan meningkat dengan begitu akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik. Dengan demikian *Intellectual Capital* akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulandari dan Gunawan (2019) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap ROA. Begitu juga hasil penelitian yang dilakukan Wijayani (2017) bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap ROA.

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Keunggulan Kompetitif

Pada penelitian ini hipotesis 2 mengukur tentang besarnya pengaruh *Intellectual Capital* terhadap keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan PPC. Hasil yang diperoleh menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan PPC, tetapi dengan arah negatif. Sehingga kesimpulannya hipotesis yang diajukan ditolak. Dalam hasil penelitian ini menunjukkan berpengaruh tetapi dengan arah negatif yang artinya apabila *Intellectual Capital* meningkat maka keunggulan kompetitif menurun, begitu juga sebaliknya. Hal ini bisa terjadi jika suatu perusahaan membebankan harga premium kepada pelanggan tanpa melakukan pendekatan yang baik dengan mitranya (*relational capital*) maka akan menurunkan keunggulan kompetitif. Dengan interpretasi *Intellectual Capital* akan meningkat, dimana *relational capital* salah satu komponen didalam *Intellectual Capital* perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk meyakinkan konsumen apabila produk yang mereka jual tidak hanya memiliki inovasi didalam produknya, tetapi juga memiliki kualitas yang jauh lebih bagus dari para pesaingnya yang berfokus dalam biaya rendah. Dengan begitu produk yang mereka jual memiliki alasan untuk harga premium, jika perusahaan mampu meyakinkan para mitra atau konsumennya dengan produk yang mereka jual, maka keunggulan bersaing akan meningkat dan *relational capital* yang termasuk didalam *Intellectual Capital* perusahaan akan sedikit menurun. Sesuai dengan hasil penelitian Zuhroh dan pratiwi (2014) yang menyatakan apabila strategi diferensiasi berada pada *phase* tumbuh (*growth*), maka harga dapat ditentukan dengan margin yang tinggi. Untuk menghindari berpindahnya konsumen ke produk lain, strategi menjalin relasi/hubungan yang baik (*relational capital*) dengan konsumen dapat dilakukan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri *et al.*, (2017) yang menyatakan dalam penelitiannya *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap *premium price capability* tetapi dengan arah yang negatif.

Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Keuangan

Pada penelitian ini hipotesis 3 mengukur tentang besarnya pengaruh keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan PPC terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA. Hasil yang diperoleh menyatakan bahwa keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan PPC berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA, sehingga kesimpulannya hipotesis yang diajukan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan, sesuai dengan teori *Resource Based Theory* menyatakan perusahaan yang mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki maka akan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan mampu bersaing di dunia bisnis. Keunggulan kompetitif merupakan hal yang sangat penting dari kinerja perusahaan dalam pasar yang kompetitif (Yuliana dan Khoiriyah, 2018). Menurut pendapat David dan David (2016:7) manajemen strategik adalah semua hal tentang memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif, hal ini dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang secara khusus dilakukan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Ketika perusahaan dapat melakukan sesuatu yang tidak bisa dilakukan pesaing atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaing hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif. Apabila perusahaan mampu mencapai keunggulan kompetitifnya dengan baik dan efisien dari pesaing maka perusahaan akan meningkatkan kinerja perusahaannya, sehingga laba yang diperoleh perusahaan semakin tinggi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Libyanita dan Wahidahwati (2016) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Begitu juga hasil penelitian Purwanti dan Mua'ah (2019) menyatakan jika keunggulan kompetitif mampu meningkatkan kinerja keuangan.

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan melalui Keunggulan kompetitif

Pada penelitian ini hipotesis 4 mengukur tentang besarnya pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA melalui keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan PPC. Hasil yang diperoleh menyatakan bahwa keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan PPC tidak mampu memediasi *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan, sehingga kesimpulannya hipotesis yang diajukan ditolak. Hasil ini menunjukkan keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan *premium price capability* sebagai ukuran strategi diferensiasi dirasa kurang mampu menjadi tolak ukur bagi perusahaan yang ingin mencapai keunggulan kompetitif. Hasil penelitian ini juga menunjukkan jika *Intellectual Capital* yang dikelola dengan baik maka akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang diinginkan, hanya saja dalam memilih strategi perusahaan lebih baik menggunakan strategi generik Michael Porter, strategi kepemimpinan/keunggulan biaya (*cost leadership*). Karena dirasa perusahaan yang memilih strategi dengan biaya yang rendah lebih cepat mencapai keunggulan kompetitif, sesuai dengan hasil penelitian Purwanti dan Mu'ah (2019) yang menyatakan keunggulan bersaing lebih banyak direfleksikan oleh kemampuan meminimalkan biaya produksi. Dimana perusahaan yang mampu mengendalikan biaya produksi dengan efisien maka akan lebih baik dari para pesaingnya, dengan begitu perusahaan akan lebih cepat dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat David dan David (2016:143) didalam bukunya yang menyatakan jika strategi diferensiasi tidak menjamin keunggulan bersaing, khususnya jika standar produk memenuhi kebutuhan pelanggan atau peniruan yang cepat oleh pesaing. Sehingga ini dimungkinkan menjadi penyebab keunggulan kompetitif tidak bisa memediasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan, karena strategi pengukuran yang dipilih yaitu strategi diferensiasi memiliki pengaruh yang kecil untuk dijadikan strategi mencapai keunggulan kompetitif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Hasil pengujian menunjukkan *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, maka hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Sehingga H_1 diterima yang menyatakan *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, (2) Hasil pengujian menunjukkan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Keunggulan Kompetitif tetapi dengan arah negatif, maka hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Sehingga H_2 dalam penelitian ini tidak didukung yang menyatakan *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, (3) Hasil pengujian menunjukkan Keunggulan Kompetitif berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, maka hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Sehingga H_3 diterima yang menyatakan Keunggulan Kompetitif berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan, (4) Hasil pengujian menunjukkan keunggulan kompetitif tidak mampu memediasi *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan, maka hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Sehingga H_4 dalam penelitian ini tidak didukung yang menyatakan Keunggulan kompetitif mampu memediasi *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan.

Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, sebagai berikut: (1) Penelitian ini hanya menggunakan 27 sampel perusahaan manufaktur sub sektor *Consumer Goods* dengan pengamatan selama 4 tahun, (2) *Premium Price Capability (PPC)* dirasa kurang mampu untuk menguji keunggulan kompetitif bagi perusahaan sub sektor *Consumer Goods* selama periode penelitian. Menurut

Tambun (2014) PPC menjelaskan perbandingan gross profit dengan total revenue yang berarti menekankan pentingnya memperoleh rasio laba kotor yang tinggi sehingga bila dibandingkan dengan kompetitor, perusahaan akan bisa bertahan dalam suatu kompetisi. Sesuai dengan pendapat Subramanyam dan Wild (2010:158) Laba kotor harus cukup besar untuk mendanai pengeluaran bersifat diskresi penting yang berorientasi pada masa depan, seperti penelitian dan pengembangan pemasaran, serta iklan. Laba kotor berbeda-beda untuk setiap industri dan bergantung pada faktor-faktor seperti persaingan dan perbedaan faktor produksi (tingkat upah produksi, biaya bahan baku, tingkat investasi modal dan sejenisnya). Sedangkan didalam penelitian ini beberapa perusahaan yang diteliti memiliki laba kotor atau angka ratio yang rendah, ini mengindikasikan beberapa perusahaan kurang mampu dalam mengendalikan biaya produksi dan harga pokok penjualannya, ini menandakan keadaan operasi perusahaan kurang baik.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, simpulan serta keterbatasan yang telah dipaparkan maka saran yang dapat diajukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagi perusahaan *Consumer Goods* lebih baik memilih strategi kepemimpinan/keunggulan biaya (*cost leadership*) jika ingin cepat mencapai keunggulan kompetitif serta kinerja keuangan yang tinggi, (2) Dalam mengukur keunggulan kompetitif bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan pengukuran lain seperti strategi kepemimpinan/keunggulan biaya (*cost leadership*) dengan proksi *Asset Utilization Efficiency* (AUE), (3) Penelitian ini hanya meneliti 27 sampel dengan periode pengamatan 4 tahun, sehingga diharapkan bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan lebih banyak sampel, dengan sampel yang berbeda dan menambah tahun pengamatan, agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifulsyah, H., dan S. Nurulita. 2020. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perkebunan. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*. 13(1):31-40.
- Belkaoui, A. R. 2003. Intellectual Capital and Firm Performance of US Multinational Firms: A Study of the Resource-Based and Stakeholder Views. *Journal of Intellectual Capital*. 4(2): 215-226.
- David, F. R, dan F. R. David. 2016. *Manajemen Strategik: Suatu pendekatan Keunggulan Bersaing Konsep*. Edisi 15. Salemba Empat. Jakarta.
- Faradina, I., dan Gayatri. 2016. Pengaruh Intellectual Capital Dan Intellectual Capital Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*. 15(2): 1623-1653.
- Febrian A. F., H. Haq., S. Saori., dan Michael. M. 2017. *Critical Review : Analysis Of Porter's Generic Strategies Theory To Improve Competitiveness For The Company*. Univeristas Padjadjaran. Bandung.
- Gany, F. P. P., dan Y. W. Nugrahanti. 2015. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Papers Kinerja Perbankan, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia Menghadapai Asean Economic Community*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- Gani, L. dan J. Jermias. 2006. Investigating the effect of board independence on performance across different strategies. *International Journal of Accounting*. 41(3): 295-314.
- Ghozali, I., dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Sembilan. Cetakan Sembilan. Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Hariyati., L. Venusita., dan Z.F. Dayani. 2018. Differentiated strategy, business performance, and intellectual capital: Evidence small medium enterprise from Indonesia. *The Consortium of Asia-Pacific Education Universities (CAPEU) Series: Materials Science and Engineering*. 296: 1-6.
- Isa, M. dan D. A. Deviana. 2018. Analisis Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Financial Performance dengan Competitive Advantage Sebagai Variabel Intervening. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 3(1): 31-38.
- Kamukama, N., A. Ahiauzu., dan J. M. Ntayi. 2011. Competitive advantage: mediator of intellectual capital and performance. *Journal of Intellectual Capital*. 12(1): 152-164.
- Kusuma, I. L. 2015. Intellectual capital : salah satu penentu keunggulan bersaing. *Jurnal akuntansi dan pajak*. 16(01): 48-54.
- Latan, H., dan S. Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Analisis Menggunakan Program IBM SPSS 20*. Alfabeta. Bandung.
- Libyanita, M., dan Wahidahwati. 2016. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Competitive Advantage Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 5(6): 1-19.
- Pohan, E. S., T. Lestari., dan D. Ramdhani. 2018. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Sektor Teknologi Informasi dan Jasa). *Jurnal Akuntansi*. 6(2): 103-116.
- Porter, Michael. E. 1980. *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction* Michael E. Porter. New York, United States of America: THE FREE PRESS; First Free Press Edition 1980; ISBN 0-684-84148-7.
- Prajogo, D. I., dan A. S. Sohal. 2006. "The Relationship Between Organization Strategy, Total Quality Management (TQM), and Organization Performance - the Mediating Role of TQM". *European Journal of Operational Research*. 168: 35 - 50.
- Pramelasari, Y. M. 2010. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Pasar dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Prihadi, T. 2012. *Memahami Laporan Keuangan Sesuai IFRS dan PSAK*. Cetakan I. PPM. Jakarta Pusat.
- Pulic, A. 1998. Measuring the Performance of Intellectual Potential in Knowledge Economic. *Paper in Presented 2nd McMaster World Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital by The Austrian Team for Intellectual Potential*.
- Purwanti. I., dan Mu'ah. 2019. Pengaruh intangible asset terhadap kinerja keuangan dengan keunggulan bersaing sebagai mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 9(1): 72-87.
- Putri, Y., Andreas., dan Zulbahridar. 2017. Pengaruh Mediasi Premium Price Capability (PPC) Terhadap Hubungan Antara Modal Intelektual Dan Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Asuransi Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Jurnal Ekonomi*. 25(3): 35-52.
- Ratnasari, R. B., K. H. Titisari., dan Suhendro. 2015. Pengaruh Value Added Intellectual Capital, Gcg, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Keuangan. *Journal of Economic and Economic Education*. 4(2): 240-257.
- Saragih, A. E. 2017. Pengaruh Intellectual Capital (Human Capital, Structural Capital Dan Customer Capital) Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*. 3(1): 1-24.
- Sobel, M. E. 1982. Asymptotic intervals for indirect effects in structural equations models. In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological methodology* (pp.290-312). San Francisco: Jossey-Bass.
- Subramanyam, K. R., dan J. J. Wild. 2010. *Analisis Laporan Keuangan. Buku 2*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiono, E., S. Efendi., dan R. Sumardi. 2019. Peran Inovasi Sebagai Mediasi Hubungan Antara Modal Intelektual Dengan Keunggulan Bersaing UKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. 4(S1): 543-556.

- Sujarweni, V. W. 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi offset. Yogyakarta.
- Sunyoto, D. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Tambun, S. 2014. Pengaruh competitive strategy terhadap kinerja perusahaan yang dimoderasi oleh kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Seminar nasional kewirausahaan dan inovasi bisnis IV 2014. Universitas Tarumanagara*. 417-425.
- Tampi, N. H. R. 2015. Analisis strategi diferensiasi produk, diferensiasi layanan dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran (studi pada PT. Telkomesel Grapari Manado) . *Jurnal EMBA*. 3(4): 68-81.
- Ulum, I. 2009. *Intellectual Capital: Konsep dan Kajian Empiris*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Wijayani, D. R. 2017. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di BEI 2012-2014). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*. 2(1): 97-116.
- Yulandari, L. F., dan H. Gunawan. 2019. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Pasar Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal Of Applied Managerial Accounting*. 3(1): 36-50.
- Yuliana. I., dan J. Khoiriyah. 2018. Modal Intelektual, Keunggulan Kompetitif, Dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan High-Ic Di Indonesia Dan Singapura. *Jurnal Magister Manajemen Unram*. 7(4): 17-32.
- Zuhroh, D., dan C. Pratiwi. 2014. Penentuan Harga Jual Strategik Terhadap Produk Dengan Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi. *Jurnal Siasat Bisnis*. 18(1): 133-142.