

## **BAB I**

### **Pendahuluan**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pada era perdagangan bebas seperti sekarang yang tidak bisa di prediksi, menjadi tantangan besar bagi para perusahaan dalam menghadapi dinamika dan kompleksitas lingkungan bisnis. Selain itu dengan adanya perdagangan bebas sebuah perusahaan dapat dengan mudah masuk dan keluar dalam sebuah industri. Hal tersebut menambah jumlah persaingan yang ada di antara para perusahaan. Persaingan yang ada menghadapkan sebuah perusahaan pada berbagai macam ancaman maupun peluang baik yang berasal dari luar maupun dari dalam perusahaan tersebut.

Perusahaan pun di tuntut untuk dapat memaksimalkan sumberdaya yang dimilikinya dan meminimalkan kelemahan yang dimilikinya. Hal tersebut mengakibatkan banyak perusahaan mengubah cara berbisnisnya berdasarkan *labour-based business*, berubah menuju *knowladge-based business*, sehingga karakteristik perusahaan juga kini berubah menjadi perusahaan berbasis ilmu pengetahuan agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis (Suwarjono,2003).

Para pemangku kepentingan perusahaan (*stakeholder*) berharap perusahaan dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya dalam jangka panjang, dan mampu menghadapi persaingan antar perusahaan. Dengan meningkatnya persaingan antar perusahaan akan meningkatkan pula

kebutuhan perusahaan akan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) untuk dapat mempertahankan pasar yang dimilikinya serta memperluas pasarnya. Pengertian keunggulan bersaing menurut Crown Dirgantoro (2001) adalah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya. Menurut Agustinus Sri wahyudi (1996) memberikan pengertian keunggulan bersaing, adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh pesaing dalam industri. Semakin kuat keunggulan yang dimiliki akan semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan dan begitupula sebaliknya.

Pengertian keunggulan bersaing memiliki dua arti yang berbeda tetapi saling berhubungan. Ketatnya persaingan menyebabkan perusahaan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan cara menerapkan strategi bersaing yang tepat sehingga dapat melaksanakan serta mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan yang diharapkan. Salah satu upaya atau strategi agar perusahaan dapat bertahan adalah bila perusahaan tersebut mempunyai produk yang memiliki keunggulan bersaing untuk mengungguli perusahaan lain dengan produk yang sama. Keunggulan yang dimaksud adalah keunggulan dalam menciptakan nilai (*value*) dari produk yang dihasilkan pada para konsumen. Penciptaan nilai produk melibatkan serangkaian aktivitas yang meliputi berbagai aktivitas utama (*primary activities*). Aktivitas utama adalah kegiatan yang terlibat secara langsung

dalam penciptaan fisik produk, penjualan dan transfer barang ke pembeli, serta pelayanan setelah penjualan.

Inovasi dan efisiensi dalam operasional perusahaan dapat pula meningkatkan daya saing perusahaan, karena dengan adanya inovasi perusahaan dapat menciptakan produk yang memiliki nilai dan kualitas yang baik. Sedangkan dengan operasi yang efisien akan menghasilkan produk yang lebih murah, sehingga produk tersebut dapat bersaing harga dengan produk dari perusahaan lain. Dengan adanya inovasi dan efisiensi dalam operasional perusahaan akan membuat perusahaan tersebut mampu menciptakan keunggulan bersaing yang kuat dibandingkan perusahaan lain, yaitu dengan memadukan keunggulan produk dan keunggulan harga.

Untuk melakukan inovasi dan efisiensi dalam operasional perusahaan, perusahaan memerlukan sumberdaya manusia yang mampu bekerja dengan profesional dan bertanggung jawab. Sehingga perusahaan harus memiliki modal intelektual (*intellectual capital*) yang baik. Sejak tahun 1990-an beberapa pendekatan digunakan dalam penilaian dan pengukuran *intangible asset* salah satunya adalah *intellectual capital*. Klien dan Prusak (1994) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai material intelektual yang dapat diformalkan, diambil dan dimanfaatkan untuk memperoleh nilai asset yang lebih tinggi. Sedangkan menurut Bontis (2002) dalam Dr. Sangkala (2006:36) modal intelektual sebagai “koleksi unik dari sumberdaya tagible dan intangible serta transformasinya”.

Intellectual capital tidak hanya menyangkut pengetahuan dan keterampilan dari para karyawan, melainkan juga termasuk infrastruktur perusahaan, relasi dengan pelanggan, sistem informasi, teknologi, kemampuan berinovasi, dan bereaksi. Modal intelektual memiliki tiga komponen penting yaitu modal insani (*human capital*), modal structural (*structural capital*), dan modal hubungan (*relational capital*). Modal intelektual ini menjadi penting karena akan menentukan daya saing perusahaan yang memungkinkan perusahaan menciptakan nilai yang berkelanjutan sebagai sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini dikarenakan modal intelektual memiliki sifat menciptakan nilai (*value*), memiliki sifat yang unik (*Rare*), tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain (*Imitable*) dan dapat diorganisasikan (*Organizational*). (Barney, 1991).

Modal Intelektual merupakan salah satu sumber daya non fisik atau aset tidak berwujud yang tidak terlihat pada laporan keuangan (neraca) perusahaan, tetapi semakin diakui sebagai aset strategis (investasi) dan dipandang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai dan keunggulan bersaing berkelanjutan. Keunggulan bersaing dikatakan berkelanjutan apabila keunggulan tersebut dapat dipelihara dalam jangka waktu yang panjang. Dengan terpeliharanya keunggulan bersaing berkelanjutan perusahaan dapat meningkatkan *market share*nya, dengan itu perusahaan dapat meningkatkan pula laba perusahaan.

Tetapi Menurut Abidin (2000), modal intelektual masih belum dikenal secara luas di Indonesia. Sampai dengan saat ini, perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung menggunakan conventional based dalam membangun bisnisnya sehingga produk yang dihasilkannya masih miskin kandungan teknologi. Di samping itu, perusahaan-perusahaan tersebut belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*, *structural capital* maupun *relational capital*. Padahal, semua ini merupakan elemen pembangun modal intelektual perusahaan. Karena modal intelektual telah menjadi aset yang sangat bernilai dalam dunia bisnis modern. Penggunaan modal intelektual (*intellectual capital*) secara efektif dan efisien, baik *human capital*, *structural capital* maupun *relational capital* akan meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan pula keunggulan bersaing perusahaan.

Dengan memperhatikan faktor yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan, seharusnya dapat dilakukan oleh seluruh perusahaan baik perusahaan mikro maupun perusahaan makro, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa keuangan dan tidak terkecuali pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Jumlah BPR yang beroperasi di Indonesia pada tahun 2014 berjumlah 1640, tetapi selama tahun 2006-2013 terjadi penutupan (likuiditas) BPR sebanyak 51 BPR yang telah ditutup. Menurut Deputi Senior Bank Indonesia alasan penutupan BPR dikarenakan BPR tersebut

memiliki kinerja yang buruk dan kelalaian pengelolaan BPR dan kasus penipuan. Berdasarkan asumsi Deputi senior Bank Indonesia tersebut maka terdapat aspek yang luput dari perhatian pengelola BPR yaitu aspek Sumberdaya Manusia. Tingkat pendidikan para pengelola BPR juga berpengaruh pada pengelolaan BPR tersebut, banyak pengelola BPR yang memiliki tingkat pendidikan kurang dari S2. Karena perbankan merupakan lembaga yang memiliki peran strategis dalam pembangunan maka seharusnya para pengelola lembaga keuangan tersebut memiliki tingkat pendidikan dan pengetahuan yang cukup dalam pengelolaan BPR tersebut.

Menurut Undang-undang Perbankan No. 10 Tahun 1998. Dalam Undang-undang ini secara tegas ditetapkan bahwa jenis Bank di Indonesia adalah Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Dijelaskan pula dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran. Bank Perkreditan Rakyat adalah sebuah bada usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dalam penyaluran kredit BRP menggunakan prinsip 3T, yaitu Tepat waktu, Tepat jumlah dan Tepat sasaran, karena proses kreditnya relatif cepat dan persyaratannya yang sederhana dan sangat mengerti kebutuhan nasabahnya.

Tujuan didirikannya Bank Perkreditan Rakyat yaitu untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan masyarakat banyak. Selain itu peran BPR menjadi penting karena BPR melayani nasabah dengan nominal transaksi yang relatif kecil dibandingkan dengan nominal transaksi di Bank Umum. Selain itu peran sosial dari BPR ditunjukan untuk meningkatkan taraf jumlah masyarakat yang sadar akan keberadaan dan peran penting dari BPR sehingga dengan bertambahnya masyarakat yang paham akan keberadaan dan peran dari BPR akan menjadi sumber nasabah potensial yang akan mendukung keberlanjutan BPR dimasa yang akan datang.

Selanjutnya untuk mendukung penelitian yang akan penulis lakukan yang terkait dengan judul yang penulis teliti, berikut disajikan tabel penelitian terdahulu.

Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Matrik Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Penulis</b>	<b>Kesimpulan</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
<b>1.</b>	Kajian tentang pentingnya intellectual Capital dalam mendukung peningkatan	Habibur rochman (2008)	- Kekayaan intelektual merupakan langkah yg perlu dikembangkan.	- Variabel independen yang digunakan sama dengan	- Variabel independen yaitu modal intelektual berpengaruh terhadap

	kinerja perusahaan		- Kekayaan intelektual oleh skandia merupakan memperbaiki kualitas	penulis yaitu Modal Inelektual	kinerja - Analisis statistiknya regresi linear sederhana
2.	Meraih keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui pengintegrasian fungsi sumber daya manusia dalam strategi bisnis	Lina Anatan (2010)	kinerja perusahaan, dapat meningkatkan fleksibilitas organisasi sehingga perusahaan mampu memenangkan persaingan bisnis dalam lingkungan bisnis yang makin kompetitif	Keunggulan competitive untuk memnagkan persaingan	- Hanya menggunakan satu variable yaitu keunggula bersaing  - Analisis statistiknya regresi linear sederhana
3.	<i>Intellectual capital and competitive advantages: the case of TTY Biopharm Company</i>	Ming-Chin Chen (2004)	- Strategi R & D yang memadai dan investasi di modal intelektual  - Nilai aktiva tak berwujud berasal dari kemampuan mereka untuk membantu organisasi  - Efisiensi biaya pada umumnya merupakan keunggulan	- Modal intelektual dan keunggulan kompetitif dijadikan dasar penelitian - Modal intelektual berpengaruh pada keunngulan kompetitif perusahaan	



			kompetitif		
4.	Analisis dampak karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Intellectual capital pada Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia	Ariestowati, E Suprpti dan Ihyaul Ulum (2009)	Seluruh variable independent merupakan pemicu <i>Intellectual Capital</i> perusahaan di Indonesia	Modal intelektual merupakan asset Perusahaan	Varibel yang digunakan hanya Intelektual capital
5.	Competitive Advantage Culture of knowledge Management : ransferring Tacit Knowledge into explicit	Salah Eldin Adam Hamza (2008)	Tacit Knowledge dapat ditransfer menjadi explicit Knowledge melalui proses terstruktur komunikasi, pengumpulan interaksi dan sirkulasi dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif	Menggunakan variabel Keunggulan bersaing	Varibel Keunggulan bersaing dipengaruhi oleh knowledge managemen

Berdasarkan Uraian dari latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH MODAL INTELEKTUAL (*Intellectual capital*) TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi kasus pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya, Garut, Tasikmalaya, dan Ciamis )”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana modal intelektual pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya?
2. Bagaimana keunggulan bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya?
3. Bagaimana pengaruh modal intelektual terhadap keunggulan bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Modal Intelektual pada Bank Perkreditan (BPR) Rakyat di Bandung Raya.
2. Keunggulan bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Bandung Raya.
3. Pengaruh modal intelektual terhadap keunggulan bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Bandung Raya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh modal intelektual terhadap keunggulan bersaing pada Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya. Penelitian ini juga sebagai sarana penulis untuk menambah keterampilan penelitian di bidang keuangan.

### 2. Bagi lembaga keuangan

Sebagai masukan bagi lembaga keuangan mikro, khususnya Bank Perkreditan Rakyat dalam peningkatan dan pengembangan mengenai pengaruh tanggung jawab sosial sehingga dapat mencapai keunggulan.

### 3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan memberikan informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya terhadap hal-hal yang belum terungkap dalam penulisan ini.

## 1.5 Metode Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Perkreditan Rakyat di Bandung Raya pada tahun 2015 yang berjumlah 30 Bank Perkreditan Rakyat. Dan sampel penelitian yakni Bank Perkreditan Rakyat di wilayah Bandung Raya yang diambil sebanyak 30 Bank Perkreditan Rakyat. Teknik pengambilan sampel dipilih secara *purposive sensus*, *Purposive sensus* yaitu teknik pengambilan sampel jika semua populasi digunakan sebagai sample. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

## **Hubungan antara Intellectual capital terhadap keunggulan bersaing**

Menurut sullivan (2000) dalam Sangkala (2006:34) menyatakan bahwa modal intelektual sebagai pengetahuan yang dapat diubah ke dalam profit. Selanjutnya Edvison (2003) dalam Sangkala (2006:-37) menyatakan bahwa kemampuan mentrasformasi pengetahuan dan aset intangible kedalam penciptaan sumber kekayaan dengan melipatgandakan modal manusia dan modal strukrural adalah Modal intelektual.

Kesuksesan (keunggulan bersaing) perusahaan sangat dipengaruhi oleh usaha-usaha rutin perusahaan uantuk memaksimumkan nilai-nilai dari modal intelektual yang dimiliki perusahaan (Horrison dan Sullivan (2000) dalam Elittan lena dan Anatan Lina ( 2009: 158) Selanjutnya menurut Amiri et al (2010) menyatakan bahwa *Intellectual capital* dapat digunakan untuk perusahaan dalam mencapai *keunggulan bersaing*.

### **1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis**

#### **1.6.1 Kerangka Pemikiran**

Perubahan tren dari ekonomi tradisional ke ekonomi berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi membuat intellectual capital perusahaan memainkan peranan penting dalam pertumbuhan keseluruhan perusahaan dan menjadi sumber utama keunggulan kompetitif atas pesaing. Sejak tahun 1990-an, perhatian terhadap praktik pengelolaan aset tidak berwujud (intagable assets) telah meningkat secara dramatis (Harrison dan Sulliva,2000). Salah satu pendekatan

yang digunakan dalam penilaian dan pengakuan intangible asset tersebut adalah intellectual capital (IC) yang telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai bidang, baik manajemen, teknologi informasi, sosiologi, maupun akuntansi (Petty dan Guthrie, 200); Sullivan dan Sullivan, 2000). Munculnya “new economy”, yang secara prinsip didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan ilmu pengetahuan, juga telah memicu timbulnya minat dalam intellectual capital (Petty dan Guthrie, 2000); Bontis 2001). Di Indonesia sendiri fenomena ini mulai berkembang terutama pada saat munculnya Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 19 (revisi 2009) tentang aktiva tidak berwujud. Di dalam PSAK No. 19 disebutkan bahwa aktiva tidak berwujud adalah aktiva non-moneter yang tidak dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif.

Intellectual capital dapat diartikan sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, proses atau teknologi yang dapat digunakan dalam proses penciptaan nilai perusahaan (Bukh et al., 2005). Pada dasarnya intellectual capital dibagi menjadi tiga bagian, yaitu human capital, structural capital, dan relational capital. Human capital meliputi sumber daya manusia, pengetahuan dan kompetensi, pendidikan karyawan, pekerjaan dan umur. Structural capital berkaitan dengan kompetensi perusahaan dalam menjalankan kegiatan rutin perusahaan, berbagai struktur dan proses yang memungkinkan karyawan untuk memberikan kualitas terbaiknya sehingga menjadi lebih

produktif. Relational capital mencakup pengetahuan dasar, hubungan baik dengan konsumen, pemasok, pemerintah, dan jaringan industri (Mangena et al., 2010).

Kompetensi karyawan yang termasuk dalam human capital meliputi segala kemampuan, keahlian, ketrampilan, pengetahuan, dan performa bisnis yang dimiliki oleh karyawan dan menjadi kekayaan bagi struktur “internal” organisasi perusahaan (structural capital). Dengan struktur organisasi yang baik serta memiliki beberapa keunggulan kompetitif menjadikan perusahaan mempunyai nilai lebih dibanding dengan perusahaan lainnya yang tidak memperhatikan intellectual capital. Nilai lebih perusahaan yang didapat dari human capital dan structural capital tersebut membuat perusahaan mampu bersaing dan mempunyai nilai pasar yang baik karena kemampuannya menghasilkan output yang efektif, efisien, cepat, berkualitas, dan tepat sasaran sehingga outcome dari perusahaan tersebut menjadi baik yang ditunjukkan dengan membaiknya kinerja keuangan perusahaan yang tercermin dari laporan keuangannya sehingga meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor (Wang, 2011).

Modal intelektual menjadi aset organisasi yang mempengaruhi perkembangan daya tahan dalam keunggulan kompetitif perusahaan. Bersaing atau kompetisi merupakan cara atau usaha untuk mengalahkan atau melebihi orang lain dimana satu pihak yang mengalami kesuksesan akan mencapai tujuan dengan cara yang lebih cepat dan mutu yang lebih tinggi. Michael Porter (1991) yang terkenal dengan teori *Competitive Strategy*-nya mengemukakan bahwa perusahaan harus menciptakan daya saing khusus agar memiliki posisi tawar menawar yang kuat (*bargaining power*) dalam persaingan. Menurut Porter, bahwa

perusahaan dapat mencapai keberhasilan apabila tiga faktor utama terpenuhi, yaitu:

1. Adanya tujuan perusahaan dan fungsi-fungsi manajemen, seperti fungsi produksi dan pemasaran harus memperlihatkan posisi yang terkuat di pasar.
2. Tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan, serta diperbaharui terus secara dinamis sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman eksternal.
3. Perusahaan harus memiliki dan menggali kompetensi khusus (*distinctive competencies*) sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan “*brand image reputation*”, dan biaya produksi yang rendah (*low cost*).

Kompetensi khusus diatas harus dikembangkan terus secara dinamis. Bila kompetensi khusus ini tidak diubah, maka tingkat keuntungan perusahaan bisa menurun. Pada intinya, perusahaan harus menciptakan daya saing khusus untuk memperkuat posisi tawar menawar dalam persaingan, dan untuk menampung tuntutan persaingan di pasar yang berasal dari para pemasok, pembeli, ancaman pendatang baru, produk pengganti, dan tantangan yang gencar dari parapesaing.

Dalam memenangkan daya saing perusahaan keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan

yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif dan konsep keunggulan bersaing dalam perusahaan terdapat tiga kunci dalam strategi bersaing (*three keys competities advantage*) adalah perbaikan kualitas, inovasi dan pengurangan biaya.

Bharadwaj et al.,(1993,p83-84) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Keahlian unik merupakan kemampuan perusahaan untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan dalam mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan tersebut unggul dan penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia akan sulit untuk diiru oleh para pesaingnya.

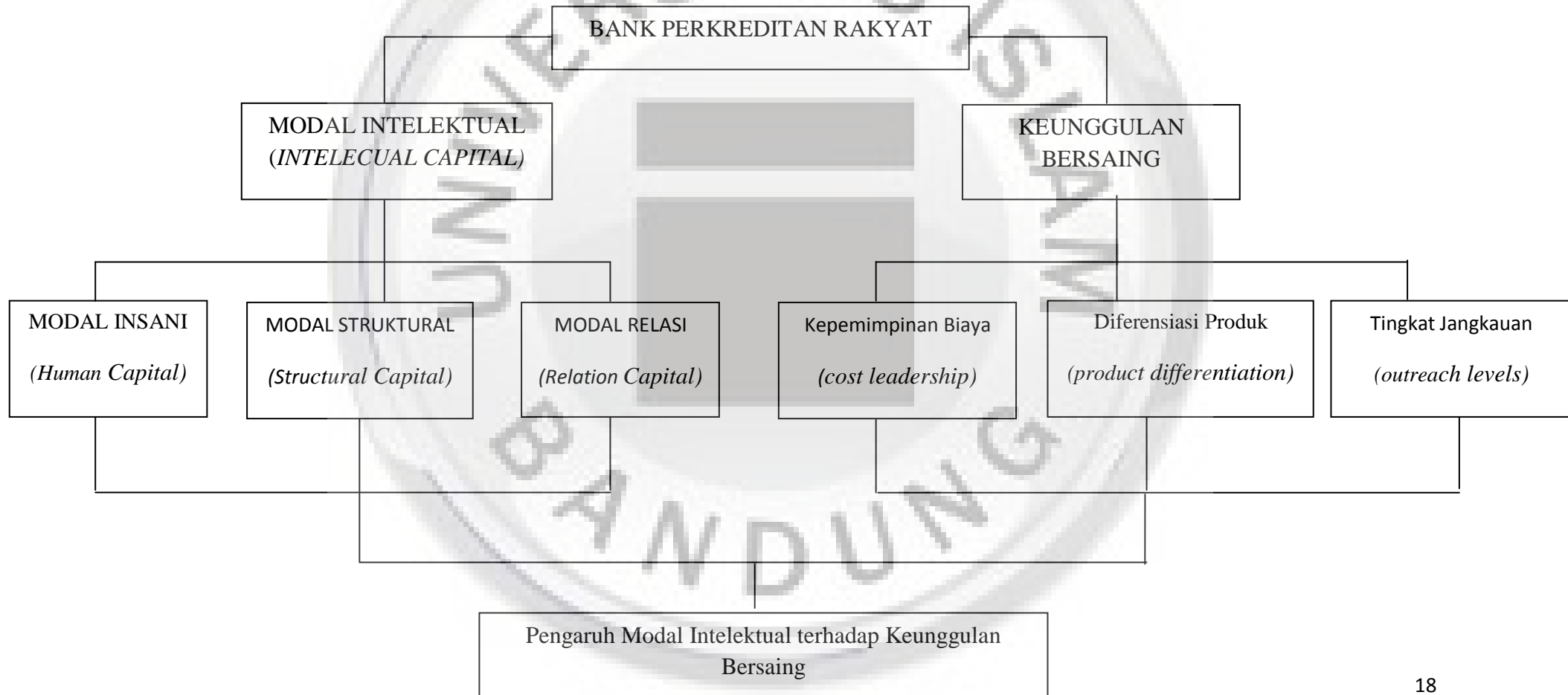
Pendapat yang serupa juga dikemukakan oleh Porter (1990, p.3) yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik dipasar lama maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian nilai



tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya. Peranan modal intelektual menjadi strategis bahkan sebagian besar perusahaan melakukan upaya untuk meningkatkan modal intelektual. Mereka telah menyadari bahwa modal intelektual dapat membuat perusahaan semakin unggul dalam bersaing. Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka kerangka penelitian penelitian ini menegaskan pengaruh intellectual capital terhadap keunggulan bersaing adalah sebagai berikut:

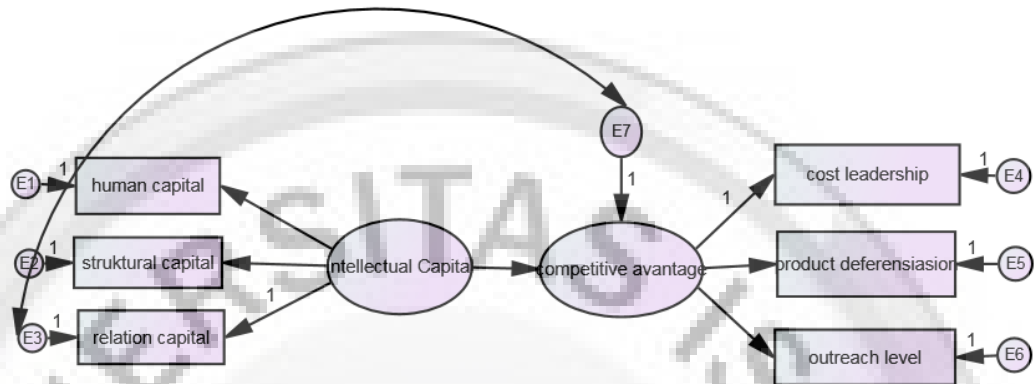


Gambar 1.1  
KERANGKA BERFIKIR

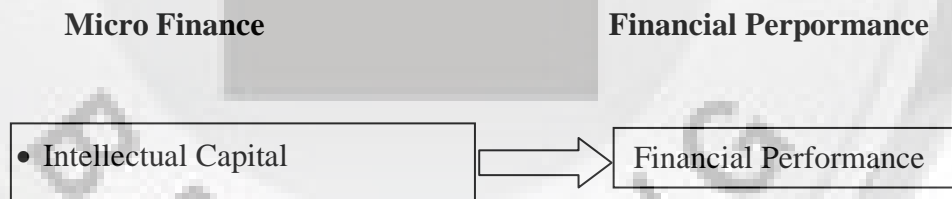


**Gambar 1.2**

Analisis Pengaruh Modal Intelektual terhadap Keunggulan Bersaing



Berdasarkan kerangka pemikiran di atas dapat digambarkan paradigma konseptual penelitian sebagai berikut:



*Gambar 1.6.2 Paradigma Konseptual Penelitian*

### 1.6.2 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2000:161) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.” Hipotesis dapat dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan variabel yang akan diuji

sebenarnya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian hubungan yang dinyatakan.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, penulis mencoba merumuskan hipotesis yang merupakan kesimpulan sementara dari penelitian yaitu

” Modal Intelektual berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing”

