

KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN DALAM PENGEMBANGAN MODEL TEORITIK KINERJA BISNIS INDUSTRI BERAS INDONESIA DI JAWA TIMUR

Retno Sari Mahanani
Andarula Galushasti
andarula@polije.ac.id

Bagus Putu Yudhia Kurniawan
Taufik Hidayat
Politeknik Negeri Jember

ABSTRACT

Along with the development of the times and the level of business competition that is getting tighter, companies and business people should be able to increase their competitive advantage to survive and win the business competition. This research was conducted to analyze and test the influence of innovation and intellectual capital on sustainable competitive advantage and its impact on business performance. This research was also conducted to develop theoretical business performance models through sustainable competitive advantages. Six hypotheses were developed and tested within a sample of 145 Indonesian rice industries in East Java. The analysis tool used is modeling structural equations with the software LISREL 8.8. The results of this study reinforce the basic theory of resources and knowledge, that innovation and intellectual capital as strategic antecedents. It has proven effective in creating a sustainable competitive advantage and has implications for improving business performance. Innovation and intellectual capital play an essential role and are the key to success in surviving and develop in creating a sustainable competitive advantage. The findings of this study show an essential contribution of a sustainable competitive advantage that can mediate innovation and intellectual capital in improving the company's business performance.

Key words: sustainable competitive advantage, business performance, intellectual capital, innovation.

ABSTRAK

Seiring perkembangan jaman dan tingkat persaingan usaha yang semakin ketat, memacu perusahaan dan para pelaku bisnis untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya agar bisa bertahan dan memenangkan persaingan usaha. Usaha kecil tidak cukup hanya memiliki keunggulan komparatif, namun yang lebih penting adalah memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menguji pengaruh inovasi dan modal intelektual terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan, serta dampaknya terhadap kinerja bisnis. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengembangkan model teoritik kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing berkelanjutan, serta anteseden inovasi dan modal intelektual. Enam hipotesis dikembangkan dan diuji dalam kerangka sampel 145 industri beras Indonesia di Jawa Timur. Alat analisis yang digunakan adalah pemodelan persamaan struktural dengan perangkat lunak LISREL 8.8. Hasil penelitian ini memperkuat teori dasar sumber daya dan pengetahuan, bahwa inovasi dan modal intelektual sebagai anteseden strategis. Hal tersebut terbukti efektif di dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan dan berimplikasi pada meningkatnya kinerja bisnis, serta inovasi dan modal intelektual berperan penting dan merupakan kunci sukses untuk bertahan dan berkembang di dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan. Temuan penelitian ini menunjukkan kontribusi penting keunggulan bersaing berkelanjutan yang dibuktikan mampu memediasi inovasi dan modal intelektual dalam meningkatkan kinerja bisnis perusahaan.

Kata kunci: keunggulan bersaing berkelanjutan, kinerja bisnis, modal intelektual, inovasi.

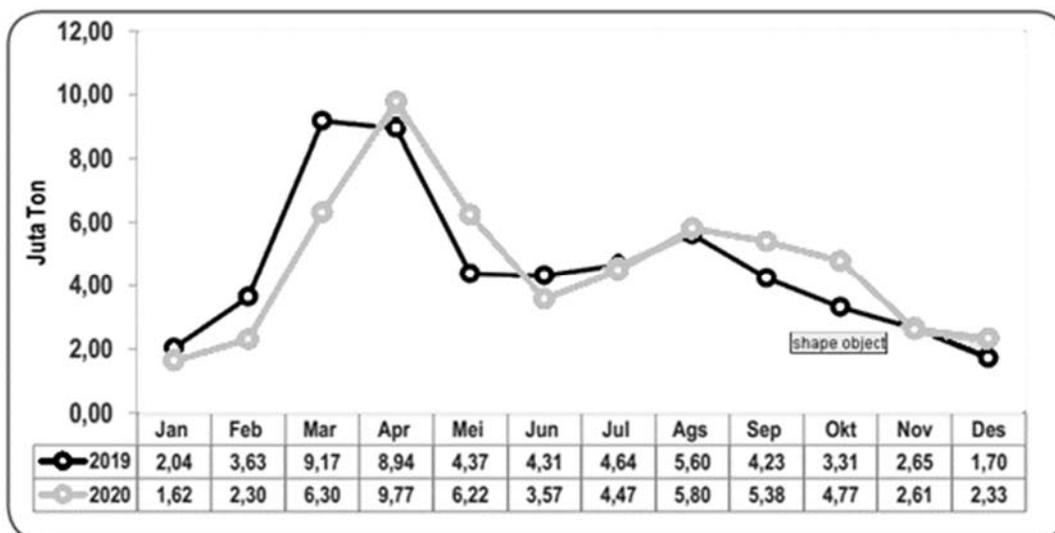
PENDAHULUAN

Beras merupakan komoditas pangan utama masyarakat Indonesia. Hampir seluruh penduduk di negara ini mengkonsumsi beras setiap harinya. Indonesia menempati urutan ketiga negara-negara produsen beras terbesar di dunia setelah China dan India. Hasil survey BPS (2020: 1-5): Berita Resmi Statistik No.79/10/Th. XXIII, 15 Oktober 2020 menggunakan metode KSA (Kerangka Sampel Area) seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1, bahwa luas panen padi pada tahun 2020 sebesar 9,01 juta hektar atau mengalami penurunan sebanyak 275,35 ribu hektar atau 2,97% dibandingkan tahun 2019. Produksi padi pada tahun 2020 sebesar 45,45 juta ton GKG atau mengalami penurunan sebanyak 1,49 juta ton atau 3,17% dibandingkan tahun 2019. Jika produksi padi pada tahun 2020 dikonversikan menjadi beras, maka produksi beras di Indonesia pada tahun 2020 sebesar 26,06 juta ton atau mengalami penurunan sebanyak 856,49 ribu ton atau 3,185% dibandingkan tahun 2019 (BPS, 2021).

Jawa Timur merupakan provinsi dengan produksi padi dan beras tertinggi di Indonesia. Berdasarkan hasil survai BPS (2020: 1-5): Berita Resmi Statistik No.79/

10/Th. XXIII, 15 Oktober 2020 menggunakan metode KSA, bahwa produksi beras menurut provinsi di Indonesia Tahun 2019 dan 2020 (lihat Gambar 2) menunjukkan produksi padi di Jawa Timur pada tahun 2020 sebesar 10,02 juta ton-GKG, lebih tinggi 0,43 juta ton-GKG dibandingkan Jawa Tengah yang sebesar 9,59 juta ton-GKG. Produksi padi di Jawa Timur pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebanyak 0,44 juta ton-GKG dibandingkan tahun 2019 yang sebesar 9,58 juta ton-GKG. Produksi beras di Jawa Timur pada tahun 2020 sebesar 5,76 juta ton-beras, lebih tinggi 0,28 juta ton-beras dibandingkan Jawa Tengah yang sebesar 5,48 juta ton-beras. Produksi beras di Jawa Timur pada tahun 2020 juga mengalami peningkatan sebanyak 0,26 juta ton atau 4,51% dibandingkan tahun 2019 yang sebesar 5,50 juta ton.

Urgensi penelitian ini adalah: pertama, beras merupakan bahan makanan pokok masyarakat Indonesia; kedua, Indonesia menempati urutan ketiga negara-negara produsen beras terbesar di dunia setelah China dan India; dan ketiga, Jawa Timur merupakan provinsi dengan produksi padi dan beras tertinggi di Indonesia.



Gambar 1
Produksi Beras di Indonesia Tahun 2019 dan 2020

Sumber: BPS, 2021

Provinsi	Luas Panen		Perkembangan	
	2019	2020*	Absolut (Kol. [3] - Kol. [2])	Relatif (%) (Kol. [4] x 100 / Kol. [2])
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Aceh	310 012	320 753	10 740	3,46
Sumatera Utara	413 141	400 301	-12 840	-3,11
Sumatera Barat	311 671	309 365	-2 306	-0,74
Riau	63 142	71 632	8 490	13,45
Jambi	69 536	86 233	16 697	24,01
Sumatera Selatan	539 317	551 242	11 926	2,21
Bengkulu	64 407	64 933	527	0,82
Lampung	464 103	544 061	79 958	17,23
Kepulauan Bangka Belitung	17 088	20 451	3 364	19,68
Kepulauan Riau	356	360	4	1,04
DKI Jakarta	623	934	312	50,06
Jawa Barat	1 578 836	1 613 829	34 993	2,22
Jawa Tengah	1 678 479	1 684 746	6 267	0,37
DI Yogyakarta	111 477	111 948	471	0,42
Jawa Timur	1 702 426	1 761 882	59 456	3,49
Banten	303 732	325 450	21 718	7,15
Bali	95 319	94 730	- 589	-0,62
Nusa Tenggara Barat	281 666	272 193	-9 473	-3,36
Nusa Tenggara Timur	198 867	180 833	-18 035	-9,07
Kalimantan Barat	290 048	279 835	-10 213	-3,52
Kalimantan Tengah	146 145	144 212	-1 933	-1,32
Kalimantan Selatan	356 246	292 027	-64 219	-18,03
Kalimantan Timur	69 708	72 253	2 545	3,65
Kalimantan Utara	10 295	11 605	1 311	12,73
Sulawesi Utara	62 020	63 716	1 696	2,73
Sulawesi Tengah	186 100	180 510	- 5 591	-3,00
Sulawesi Selatan	1 010 189	978 193	- 31 996	-3,17
Sulawesi Tenggara	132 344	132 987	643	0,49
Gorontalo	49 010	50 557	1 547	3,16
Sulawesi Barat	62 581	64 657	2 075	3,32
Maluku	25 977	29 644	3 667	14,12
Maluku Utara	11 701	10 608	- 1 092	-9,34
Papua Barat	7 192	7 420	228	3,17
Papua	54 132	52 713	- 1 419	-2,62
Indonesia	10 677 887	10 786 814	108 927	1,02

Gambar 2

Produksi Beras Menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2019 dan 2020

Sumber: BPS, 2021

Seiring perkembangan jaman dan tingkat persaingan yang semakin ketat, memacu perusahaan dan para pelaku bisnis untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya agar bisa bertahan dan memenangkan persaingan usaha. Perusahaan dan para pelaku bisnis mulai menyadari, bahwa ke-

mampuan bersaing tidak hanya terletak pada kepemilikan aset berwujud, tetapi lebih pada inovasi, sistem informasi, pengelolaan organisasi dan sumber daya manusia yang dimilikinya. Organisasi bisnis semakin menitikberatkan akan pentingnya aset pengetahuan sebagai salah satu bentuk aset tidak

berwujud. Peran inovasi dalam meningkatkan kinerja bisnis meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing dan keunggulan bersaing perusahaan. Inovasi perlu mengembangkan suatu strategi formal dan menyeluruh, serta dimensi-dimensi strategi inovasi yang meliputi orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, sumber inovasi internal, sumber inovasi eksternal, implementasi inovasi, dan tingkat investasi.

Di Indonesia, menurut Ababneh *et al.* (2019), *intellectual capital* masih belum dikenal secara luas. Hingga saat ini perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung masih menggunakan *conventional based* dalam membangun bisnisnya, sehingga produk yang dihasilkan masih rendah kandungan teknologinya. Perusahaan-perusahaan tersebut belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*, yang merupakan elemen pembangun modal intelektual perusahaan. Lebih lanjut, jika perusahaan-perusahaan tersebut mengacu pada perkembangan yang ada, yaitu manajemen yang berbasis pengetahuan, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia akan dapat bersaing dengan menggunakan keunggulan bersaing yang diperoleh melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh modal intelektual yang dimiliki perusahaan. Hal ini akan mendorong terciptanya produk-produk yang semakin *favourable* di benak konsumen.

Pembangunan industri dalam situasi persaingan bisnis yang semakin meningkat, diyakini sebagai motor penggerak perekonomian, dan akan terus didorong perannya karena telah terbukti berkontribusi penting terhadap pembangunan nasional (Pitoy *et al.*, 2016). Mengingat perannya yang strategis, sektor industri khususnya industri manufaktur, perlu ditingkatkan kinerjanya. Hilman dan Laturette (2021) dalam studinya juga berpendapat bahwa berbagai upaya perbaikan untuk mengatasi dampak krisis ekonomi terhadap kemerosotan kinerja sektor industri telah dilakukan, namun kinerja itu tampaknya belum sepenuhnya pulih. Hal ini di-

sebabkan adanya permasalahan yang membutuhkan perhatian dan perlu segera diatasi. Pengembangan industri manufaktur berdampak langsung pada daya saing bangsa (Mubyarto dan Sohibien, 2020). Daya saing ini diindikasikan oleh peranannya dalam perekonomian internasional. Tiap-tiap organisasi dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing dan tetap dapat eksis di pasar. Salah satu potensi keunggulan organisasi terletak pada sejauhmana organisasi dapat mengelola dan memanfaatkan asetnya secara optimal. Keunggulan bersaing dapat diukur dari pangsa pasar produk yang dihasilkan suatu negara dari total keseluruhan produk yang diperdagangkan di pasar internasional (Teguh, 2015). Dengan demikian peningkatan ekspor suatu komoditi secara langsung meningkatkan daya saing suatu bangsa. Pengembangan industri manufaktur, pada akhirnya akan meningkatkan *business performance* dari masing-masing industri, dengan demikian perusahaan harus mempertimbangkan modal yang dimilikinya, terutama *intellectual capital*.

Keputusan pemerintah untuk impor beras sebanyak 500 ribu ton di penghujung 2022 dan awal 2023 telah menimbulkan pro kontra di masyarakat. Alasan utama impor beras karena menipisnya cadangan beras pemerintah (CBP) di Bulog yang diperkirakan tinggal 200 ribu ton sampai akhir tahun. Permasalahan impor beras ini merupakan fenomena puncak gunung es. Akar persoalannya bukan karena gagal panen sehingga industri penggilingan padi tidak dapat bahan baku gabah. Apalagi, sudah lebih dua puluh tahun industri penggilingan padi di berbagai daerah tidak ada masalah dengan suplai gabah.

Saat ini sebagian besar penggilingan padi rakyat di daerah tidak mampu lagi mensuplai Bulog, dikarenakan harga gabah yang tinggi sehingga penggilingan padi kecil menengah tidak bisa lagi memproduksi. Penggilingan padi di Jabar, Jateng dan khususnya Jatim saat ini kesulitan mendapatkan gabah, jika ada harganya sudah mahal. Karena sebagian besar gabah sudah diserap oleh korpo-

rasi besar. "Korporasi ini dengan permodalan kuat tidak ada masalah membeli gabah petani skala besar-besaran, sehingga memicu kenaikan harga gabah. Petani jangan cepat-cepat senang dengan harga gabah yang tinggi saat ini, karena anomali harga tersebut bisa jadi bumerang bagi petani sendiri ketika sebagian besar industri penggilingan kecil menengah yang jumlahnya besar banyak yang bangkrut. Penggilingan padi rakyat tidak mungkin bisa bersaing dengan kemunculan industri beras skala besar (konglomerasi). Baik dari modal kerja dan teknologi, penggilingan padi rakyat jauh tertinggal yang tentunya berpengaruh dengan kapasitas dan kualitas produksi beras mereka (Syarif, 2022).

Fenomena persaingan usaha yang ketat saat ini dituntut untuk mampu melakukan proses manajemen usaha yang produktif dan seefisien mungkin, serta dapat menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan preferensi pasar dengan standar kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha kecil tidak cukup hanya memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*), namun yang lebih penting adalah memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui lebih jauh kontribusi keunggulan bersaing berkelanjutan dalam memediasi pengaruh inovasi dan modal intelektual terhadap kinerja bisnis dengan subjek penelitian industri beras Indonesia di Jawa Timur.

TINJAUAN TEORETIS

Innovation

Inovasi adalah sebuah proses kreatif yang membutuhkan sebuah penemuan baru dan dikembangkan menjadi sebuah produk atau jasa yang bernilai ekonomis dari suatu barang atau jasa tersebut (Fu *et al.*, 2022). Strategi inovasi merupakan salah satu kebijakan yang digunakan perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis. Strategi inovasi lebih mengarahkan perusahaan untuk lebih mengutamakan peningkatan inovasi produk dan proses daripada mengalahkan

pesaingnya. Brymer dan Sirmon (2018) menyatakan, untuk mencapai daya saing strategis dan menghasilkan laba di atas rata-rata, suatu perusahaan menganalisis lingkungan eksternalnya, mengidentifikasi peluang-peluang yang terdapat di dalamnya, menentukan sumberdaya yang berkompeten, dan memilih suatu strategi yang tepat untuk mengimplementasikannya sehingga menghasilkan suatu *output* yang baik.

Aktivitas inovasi secara umum mempunyai dua model Rantala dan Ukko (2018), pertama *source based model* yang merupakan model berdasarkan perspektif pengembang atau sumber inovasi. Pengembang membuat kreasi produk atau jasa yang baru dengan keaslian ide sampai pemasaran produk akhir. Kedua, *user-based stage model* yang didasarkan pada perspektif dari pemakai. Mereka membuat proses inovasi berdasarkan kesadaran kebutuhan atau peluang perubahan untuk menghubungkan inovasi dalam perilaku pemakai.

Menurut Schultz Larsen (2015); Flikkema *et al.* (2019), inovasi adalah suatu konsep multidimensional yang dapat dirumuskan dari dimensi-dimensi orientasi kepemimpinan, tipe inovasi, sumber inovasi, dan tingkat investasi dalam inovasi. Orientasi kepemimpinan menunjukkan apakah suatu perusahaan sebagai yang pertama kali masuk pasar (*first to market*), perusahaan sebagai pemain kedua yang memasuki pasar (*second to market*), atau perusahaan sebagai pemain terakhir yang memasuki pasar (*late entrant*). Tipe inovasi menunjukkan kombinasi dari inovasi manufaktur, yaitu proses produksi yang dilakukan dan produk yang dihasilkan perusahaan. Sumber inovasi menjelaskan tempat kegiatan inovasi dalam suatu perusahaan, yaitu sumber internal atau eksternal atau kedua-duanya. Tingkat investasi dalam inovasi memasukkan aspek finansial, teknologi, dan investasi modal sumber daya manusia yang dihubungkan dengan kegiatan inovasi.

Intellectual Capital

Intellectual capital (modal intelektual) adalah aset tidak berwujud berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing, serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut International Federation of Accountants (IFAC) terdapat beberapa istilah yang hampir mirip dengan *intellectual capital*, antara lain *intellectual property*, *intellectual asset*, *knowledge asset* yang semuanya bermaksud sebagai saham atau modal yang berbasis pada pengetahuan yang dimiliki perusahaan.

Menurut Montemari dan Nielsen (2013) *intellectual capital* diklasifikasikan dalam tiga kategori, yaitu *human capital*, *structural capital* atau *organization capital*, dan *relational capital* atau *customer capital*. *Human capital* merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan dan kompensasi dalam suatu perusahaan, serta mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Structural capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja secara keseluruhan. *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, hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat. Elemen ini merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata dan dapat muncul dari berbagai bagian di luar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

Sustainable Competitive Advantage

Keunggulan bersaing adalah sesuatu yang dicari oleh setiap perusahaan, bahkan setiap produk dalam persaingan yang dima-

sukinya. Keunggulan bersaing menjadi sangat penting ketika perusahaan memasuki pasar yang sangat kompetitif (Rauf *et al.*, 2019). Keunggulan bersaing berkelanjutan adalah hasil dari sebuah formulasi dan implementasi strategi yang sesuai (*better fit*), yang mengakar pada tiga dimensi praktik manajemen strategik, yaitu pada keberhasilan dalam upaya membangun basis bagi kompetisi, cara untuk kompetisi, serta pengelolaan arena kompetisi yang superior. Sebagai basis untuk kompetisi mengakar pada pemilihan aset yang tepat, pendayagunaan kompetensi, dan kapabilitas yang sesuai. Hubungannya dengan cara bersaing akan merujuk pada pemilihan strategi-strategi fungsional, keputusan strategi, serta implementasinya. Arena kompetisi menunjukkan dimensi produk, pasar, dan pesaing (Turner dan Seock, 2022).

Bukti-bukti yang ada menunjukkan, bahwa keunggulan bersainglah, dan bukan lingkungan eksternal yang menjadi sumber utama perbedaan keunggulan antar perusahaan yang memusatkan perhatiannya pada sumber-sumber keunggulan bersaing. Pengamatan yang lebih mendalam menunjukkan, bahwa kekuatan pasar juga berbasis pada sumber-sumber daya perusahaan. Syarat fundamental kekuatan pasar adalah adanya batasan-batasan masuk. Batasan-batasan masuk ini didasarkan pada skala ekonomi hak paten, keunggulan pengalaman, reputasi merek, atau sumber-sumber daya lain yang dimiliki oleh perusahaan.

Aspek-aspek dasar dan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, seperti yang disajikan dalam literature manajemen strategik Mahdi dan Nassar (2021) adalah keberlanjutan dari atribut-atribut kunci sebuah produk dan durabilitas daripada superioritas sumber daya tidak berwujud atas apa yang dimiliki pesaing. Keunggulan bersaing yang berkelanjutan dapat dirumuskan dari dimensi-dimensi durabilitas (daya tahan yang lama), imitabilitas (tingkat kesulitan untuk ditiru), dan *convenience* (tingkat kemudahan untuk menyamai aset-aset yang dimiliki perusahaan).

Business Performance

Business Performance kinerja perusahaan dapat dilihat dari segi keuangan maupun non keuangan. Kinerja keuangan perusahaan lebih berorientasi jangka pendek, yaitu untuk mencari keuntungan atau profit. Kinerja non keuangan perusahaan lebih bersifat jangka panjang, misalnya untuk menciptakan *value* (nilai) serta menjaga agar perusahaan tetap dapat bertahan hidup, tumbuh, dan berkembang. Orientasi jangka panjang umumnya adalah lebih dari satu tahun siklus hidup perusahaan. Ukuran *financial* sebenarnya menunjukkan berbagai tindakan yang terjadi di luar bidang keuangan. Peningkatan *financial return* merupakan akibat berbagai kinerja operasional, diantaranya adalah meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, meningkatnya *cost effectiveness* proses bisnis internal yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan produk dan meningkatnya produktivitas, serta komitmen karyawan (Viana *et al.*, 2022).

Linnéusson *et al.* (2020) memandang, bahwa kinerja perusahaan dapat diukur dalam empat dimensi, yaitu relevansi, efektivitas, efisiensi, dan kelayakan keuangan. Relevansi merupakan tingkat dimana para *stakeholders* perusahaan memandang perusahaan tersebut telah sesuai dengan keinginan mereka. Efektivitas merupakan tingkat sejauh mana perusahaan sukses dalam meraih tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Efisiensi merupakan sebaik mana perusahaan menggunakan sumberdaya yang dimilikinya dalam mencapai tujuannya. Kelayakan keuangan merupakan seberapa layak perusahaan dipandang dari segi keuangan, yang mencerminkan profitabilitas perusahaan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Penelitian ini menggunakan Teori Dasar Sumber Daya (*Resources Based Theory*) dan Teori Dasar Pengetahuan (*Knowledge Based Theory*). *Resources Based Theory* adalah teori yang menggunakan pendekatan berbasis sumber daya dalam analisis keunggulannya dalam persaingan bisnis. Kemudian teori ini

berkembang dalam manajemen strategik dan keunggulan bersaing perusahaan yang menganalisis dan menginterpretasikan sumber daya organisasi untuk memahami Bagaimana organisasi mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan. Manusia diyakini sebagai agen utama dalam bisnis, sedangkan aset berwujud lainnya, seperti produk fisik dan aset adalah hasil dari rencana dan tindakan manusia. *Knowledge based strategy* dimulai dari kompetensi manusia yang merupakan sumber daya tidak berwujud yang utama. Manusia mengubah pengetahuan ke dalam rutinitas, deskripsi kerja, rencana, strategi, dan budaya. *Knowledge based theory* merupakan perkembangan lebih jauh dari *resource based theory* (Khaliq dan Mansor, 2016). Pengetahuan yang dimiliki oleh individu dianggap sebagai sumber daya strategis yang tidak dapat tersusutkan dibandingkan dengan faktor produktif ekonomi lainnya. Sifat dasar dari pengetahuan yang tidak berwujud dan dinamis dikembangkan secara istimewa dengan ketergantungan dan ambiguitas kausal yang merupakan dasar dari penciptaan *knowledge-based view* bagi perusahaan.

Innovation dan Sustainable Competitive Advantage

Inovasi merupakan salah satu strategi untuk membangun dan mengembangkan organisasi melalui introduksi teknologi baru, pengenalan produk baru, aplikasi produk dan pelayanan baru, serta pengembangan produk baru. Perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk arena inovasi (Kant, 2021). Akiba dan Wilkinson (2016) mengemukakan bahwa inovasi menyatakan tentang *about doing* dan *about getting it done*. Inovasi mencakup beberapa kegiatan utama, yaitu pemecahan masalah, integrasi dan memadukan sarana dan proses teknologi baru, melakukan eksperimen dan membangun prototipe, menyerap teknologi dari luar perusahaan, dan pengembangan produk baru (Kant, 2021).

Schultz Larsen (2015), mendefinisikan inovasi secara klasik, yakni merupakan im-

plementasi dari ide-ide baru, produk ataupun proses. Sementara itu, Vagnani *et al.* (2019) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktik, dan materi yang dianggap baru oleh unit adopsi yang relevan. Secara lebih luas, Isaksen (2022) mendefinisikan inovasi sebagai implementasi yang sukses dari sebuah ide yang kreatif dalam sebuah organisasi. Inovasi adalah salah satu dari dua hal penting dalam berbisnis, seperti yang dikemukakan oleh (Drucker, 2017) bahwa, “... only marketing and innovation are important for business, the others are cost”. Suatu perusahaan dapat membedakan produknya dari pesaing dengan melakukan inovasi. Inovasi dapat memberikan arah yang jelas bagi perusahaan untuk meningkatkan prestasi dan keberlanjutan keunggulan bersaingnya (Drucker, 2017). Bhandari *et al.* (2022) menambahkan, bahwa perusahaan yang inovatif umumnya berhasil dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan karena mampu mengeksploitasi dan meningkatkan kemampuan utamanya dengan cara yang unik dan unggul.

Pendapat tentang inovasi tersebut dipandang belum lengkap, karena inovasi sesungguhnya bukan hanya terkait dengan pengembangan produk dan jasa baru. Inovasi terkait pula dengan pengembangan kompetensi inti perusahaan. Kompetensi inti merupakan sesuatu yang khas dimiliki perusahaan untuk menghasilkan keunggulan bersaing berkelanjutan. Menurut Schultz Larsen (2015); Flikkema *et al.* (2019), inovasi adalah suatu konsep multidimensional yang dapat dirumuskan dari dimensi-dimensi orientasi kepemimpinan, bentuk-bentuk inovasi, sumber-sumber inovasi, dan tingkat investasi dalam inovasi. Dari beberapa dimensi inovasi tersebut suatu perusahaan dapat segera mengambil sikap untuk memperoleh suatu *competitive edge*, memonitor inovasi dari para pesaingnya, mengurangi resiko yang berhubungan dengan inovasi produk baru, dan dapat menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Marvel dan Patel, 2018; Štrukelj *et al.*, 2021), serta dapat disimpulkan bahwa keunggulan

bersaing berkelanjutan dapat dihasilkan dari inovasi (Aloulou, 2019; Bhandari *et al.*, 2022; Drucker, 2017; Fatonah dan Haryanto, 2022; Ferrarini dan Curzi, 2022; Foxall, 2014; Hu, 2013; Kant, 2021; Øivind Madsen, 2017; Rodríguez-Cohard *et al.*, 2020; Yadav *et al.*, 2017; Yang, 2013). Dengan demikian, hipotesis berikut diajukan:

H₁: *Innovation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *sustainable competitive advantage*.

Intellectual Capital dan Sustainable Competitive Advantage

Intellectual capital mencakup sumber daya dan kapabilitas yang berharga, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat diganti, yang menghadirkan keunggulan bersaing yang sustainabel dan kinerja yang superior bagi perusahaan (Bhandari *et al.*, 2022; Nielsen, 2018). Serupa dengan teori berbasis sumber daya dari perusahaan, Hughes dan Hodgkinson (2021) menyatakan, bahwa keunggulan bersaing hanya muncul dari penggunaan aset yang langka, tidak berwujud, dan spesifik perusahaan. Dalam kasus terkait, Delgado-Verde *et al.* (2016) mengakui, bahwa modal intelektual adalah penentu fundamental dari daya saing perusahaan saat ini dan di masa depan, serta pertumbuhan nilai perusahaan. Cabrilo dan Dahms (2020) lebih jauh menegaskan, bahwa basis sumber daya internal perusahaan dan terutama modal intelektualnya merupakan faktor penentu kinerja kompetitif di perusahaan menengah dan kecil. Inti dari temuan ini, bahwa keunggulan bersaing dicapai oleh perusahaan yang berhasil memobilisasi aset intelektual mereka dalam bentuk pengetahuan, keterampilan teknologi, pengalaman, dan kapabilitas strategis.

Literatur yang ada lebih jauh menegaskan, bahwa keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan sebagian besar dipengaruhi oleh modal intelektualnya (Bhandari *et al.*, 2022; Cabrilo dan Dahms, 2020; Nielsen, 2018). Namun, masih jauh dari cukup penelitian empiris yang menginvestasikan peran praktis keunggulan bersaing pada hubungan

antara modal intelektual dan kinerja. Efek mediasi dari keunggulan bersaing dan sejauh mana menghubungkan modal intelektual dengan kinerja keuangan terbatas dalam literatur. Kebanyakan literatur sebelumnya membahas tentang modal intelektual telah mengabaikan pentingnya keunggulan bersaing pada hubungan antara modal intelektual dan kinerja organisasi (Amrullah *et al.*, 2018; Chen *et al.*, 2020b). *Intellectual capital* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Penelitian Malik *et al.* (2020) menyatakan, bahwa tiga elemen dari *green intellectual capital* yang terdiri atas *green human capital*, *green structural capital*, dan *green relational capital* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keunggulan bersaing perusahaan kecil dan menengah bidang elektronik di Taiwan.

Leal *et al.* (2016) melihat peran modal intelektual dalam mencapai keunggulan bersaing di lembaga ekonomi dalam konteks ekonomi pengetahuan, dalam studi kasus di perusahaan semen AinTuta, Batanah. Studi ini membahas tentang modal intelektual sebagai peran dalam mencapai keunggulan bersaing dalam ekonomi berbasis pengetahuan di perusahaan semen AinTuta. Studi ini menemukan hubungan yang signifikan antara modal intelektual dan daya saing keuntungan dalam perusahaan yang diteliti, dan merekomendasikan peningkatan perhatian terhadap modal intelektual dan mengelolanya sebagai sumber penting untuk mencapai keunggulan bersaingnya. Yaseen *et al.* (2016) menemukan pengaruh modal intelektual terhadap keunggulan bersaing dalam sebuah penelitian di perusahaan telekomunikasi Yordania. Studi ini menyelidiki dampak modal intelektual pada keunggulan bersaing. Penelitian ini menemukan, bahwa modal intelektual berupa variabel dalam modal struktural dan modal relasional sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan tersebut. Jaara dan Elkotayni (2016) menyelidiki pengaruh aset tidak berwujud yang dihasilkan secara internal (biaya pengembangan dan paten) terhadap nilai pasar perusahaan farmasi di

Yordania. Studi ini memiliki populasi karyawan keuangan (auditor, analis, dan akuntan) yang bekerja dengan perusahaan farmasi Yordania. Hasil penelitian menunjukkan bahwa investasi pada aset tak berwujud berpengaruh terhadap maksimalisasi nilai pasar perusahaan farmasi di Yordania, juga ditunjukkan untuk menjaga kerahasiaan informasi pembuatan paten untuk menjaga posisi kompetitif perusahaan farmasi untuk waktu yang lama. Studi tersebut merekomendasikan perusahaan farmasi Yordania untuk memaksimalkan daya saing mereka melalui biaya pengembangan dan paten. Taie (2014) mempelajari pengaruh modal intelektual terhadap keunggulan bersaing organisasi di rumah sakit Mesir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal struktural dan variabel keunggulan bersaing memiliki arti yang tinggi dan sangat tinggi. Selain itu, modal intelektual berkorelasi positif dengan keunggulan bersaing.

Penelitian Yusliza *et al.* (2020) bertujuan untuk mengklarifikasi korelasi antara modal intelektual dan keunggulan bersaing pada perusahaan telekomunikasi untuk memperjelas ketersediaan modal intelektual dalam organisasi tersebut dan perannya dalam mendukung keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Studi ini menemukan, bahwa minat terhadap modal intelektual tidak mendapatkan kembali perhatian yang cukup, yang tercermin pada keunggulan bersaing perusahaan-perusahaan tersebut. Dengan demikian, hipotesis berikut diajukan:

H₂: *Intellectual capital* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *sustainable competitive advantage*.

Innovation dan Business Performance

Arias-Pérez *et al.* (2021) menyatakan, bahwa inovasi memiliki peran penting dalam mempengaruhi kinerja perusahaan karena berkaitan dengan aktivitas atau kegiatan dasar yang berkaitan dengan produk dan proses. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan ide-ide baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat

memuaskan pelanggan. Upaya untuk memenuhi preferensi konsumen akan memberikan dampak terhadap peningkatan volume penjualan sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat.

Berdasarkan *resource-based theory*, perusahaan dituntut untuk menyiapkan sumberdaya unik dan langka yang tidak dimiliki oleh pesaing. Sumberdaya yang unik tersebut diharapkan dapat menghasilkan sebuah produk atau proses yang tidak dapat ditiru oleh pesaing. Perusahaan yang mampu untuk menciptakan produk ataupun proses yang sulit untuk ditiru serta berbeda dengan pesaingnya akan lebih mudah untuk menguasai pangsa pasar. Perusahaan yang mampu untuk menciptakan dan mendayagunakan sumberdaya yang unik akan memiliki kesempatan untuk lebih menguasai pangsa pasar dari upaya inovasi yang dilakukan oleh perusahaan (Bhandari *et al.*, 2022).

Perusahaan yang mampu mendayagunakan seluruh sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan akan lebih mudah dalam menemukan inovasi yang ada, baik inovasi produk, proses, maupun inovasi administratif (Rajapathirana *et al.*, 2017). Adanya kemampuan perusahaan untuk menerapkan pembelajaran organisasi akan memberikan dorongan bagi perusahaan untuk menciptakan upaya-upaya dalam memanfaatkan segala sumberdaya yang ada berdasarkan pembelajaran yang dilakukan (Tian *et al.*, 2021). Upaya tersebut akan berdampak terhadap semakin mudahnya bagi perusahaan untuk dapat menciptakan sebuah strategi inovasi yang tepat. Langkah untuk menemukan strategi inovasi yang tepat tersebut akan memberikan dampak terhadap semakin baiknya penggunaan sumber daya yang dimiliki guna menghasilkan *output* yang optimal. Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis ditunjukkan dalam penelitian Lee dan Kim (2018) dimana strategi inovasi produk mampu meningkatkan volume penjualan. Dengan demikian, hipotesis berikut diajukan:

H₃: *Innovation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *business performance*.

Intellectual Capital dan Business Performance

Integrasi antara *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* akan membentuk *intellectual capital*. Apabila perusahaan memiliki karyawan dengan kapabilitas tinggi, kompetensi yang bagus, karyawan yang terpuaskan, kemudian perusahaan memiliki organisasi yang bagus seperti struktur dan proses organisasi yang jelas, budaya organisasi yang baik, dan ditambah dengan kemampuan yang berkaitan dengan pemasaran, pelanggan yang terpuaskan, intensitas pasarnya bagus, serta hubungan dengan masyarakat yang baik, maka hal tersebut dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Penelitian Smriti *et al.* (2017), menunjukkan bahwa variabel-variabel *intellectual capital* berpengaruh signifikan dan positif dengan *business performance*. Hasil dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa *relational capital* memiliki nilai signifikansi yang paling besar dibandingkan dengan variabel yang lain, yakni *human capital* dan *structural capital*. Demikian pula dengan penelitian Soewarno dan Tjahjadi (2020) yang menyatakan, bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara *intellectual capital* dan *enterprise performance*. Penelitian Lin *et al.* (2018) juga menyatakan hasil yang sama, bahwa masing-masing variabel *intellectual capital* berinteraksi dengan *business performance*.

Hubungan *intellectual capital* dengan *business performance* telah dibuktikan secara empiris oleh beberapa peneliti dalam berbagai pendekatan di beberapa negara. *Intellectual capital* diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan dan kinerja keuangan. *Intellectual capital* mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (Maria Morariu, 2014; Ni *et al.*, 2021; Xu *et al.*, 2021). *Intellectual capital* merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, maka *intellectual capital* akan memberikan kontribusi terhadap ki-

nerja keuangan perusahaan (Cabrilo dan Dahms, 2020; Ni *et al.*, 2021). Menurut Nirino *et al.* (2022), praktik akuntansi konservatisme menekankan investasi perusahaan dalam *intellectual capital* yang disajikan dalam laporan keuangan, dihasilkan dari peningkatan selisih antara nilai pasar dan nilai buku. Jadi, jika misalnya pasarnya efisien, maka investor akan memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan yang memiliki *intellectual capital* lebih besar (Maria Morariu, 2014; Nkambule *et al.*, 2021). Bagaimanapun, *intellectual capital* diyakini mempunyai peranan penting dalam peningkatan nilai perusahaan maupun *business performance*. Dengan demikian, hipotesis berikut diajukan:

H₄: *Intellectual capital* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Business performance*.

Sustainable Competitive Advantage dan Business Performance

Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Banyak hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan. Menurut Rodríguez-Cohard *et al.* (2020), untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan adalah dengan mengembangkan kompetensi inti, yang diistilahkan oleh Saksupachon dan Willoughby (2019) sebagai kompetensi distingtif, yakni serangkaian kekuatan unik yang memungkinkan suatu organisasi meraih tingkat efisiensi, kualitas, inovasi, atau tanggapan pelanggan, yang mampu menciptakan nilai superior dan keunggulan bersaing berkelanjutan. Sebagai sumber keunggulan bersaing bagi perusahaan, kompetensi inti membedakan perusahaan secara kompetitif dan merefleksikan kepribadiannya. Kompetensi inti muncul setiap waktu melalui proses organisasi dalam mengakumulasi dan mempelajari bagaimana menggunakan sumber daya dan kapabilitas yang berbeda. Sebagai kapasitas untuk melakukan tindakan, kompetensi inti adalah aktivitas-aktivitas yang dilakukan

perusahaan dengan sangat baik dibandingkan para pesaing, dan melaluinya, perusahaan menambah nilai unik bagi barang-barang dan jasanya selama periode waktu yang panjang. Kompetensi inti merupakan sistem penciptaan nilai untuk mencapai keunggulan bersaing dan laba di atas rata-rata (Rodríguez-Cohard *et al.*, 2020).

Menurut Suparna *et al.* (2021), dasar fundamental sukses jangka panjang suatu perusahaan adalah prestasi dan keunggulan bersaing berkelanjutan. Keunggulan bersaing adalah berkelanjutan ketika perusahaan lain tidak mampu untuk meniru keunggulan-keunggulan dari strategi yang diterap-kembangkan (Bhandari *et al.*, 2022; Bharadwaj *et al.*, 2015; Wang, 2021). Pandangan yang sama juga dikemukakan oleh Rodríguez-Cohard *et al.* (2020), bahwa perusahaan memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan pada saat perusahaan menerapkan strategi pencipta nilai dan perusahaan pesaing tidak secara berkesinambungan menerapkannya dan/atau tidak mampu meniru keunggulan strategi tersebut. Suatu perusahaan diyakini memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan, hanya setelah usaha pesaingnya meniru strateginya berakhir karena gagal (Bhandari *et al.*, 2022). Walaupun suatu perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing, biasanya perusahaan hanya dapat mempertahankan keunggulan itu untuk sementara saja. Keunggulan bersaing atau superioritas bersaing akan berkelanjutan sepanjang strategi yang unik dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan, dan sepanjang pesaing tidak dapat menemukan cara untuk menirunya.

Aspek-aspek dasar dari keunggulan bersaing berkelanjutan seperti yang disajikan pada literatur manajemen strategic Mahdi dan Nassar (2021) adalah keberlanjutan dari atribut-atribut kunci sebuah produk dan durabilitas dari superioritas sumber daya intangibel atas apa yang dimiliki pesaing. Berpedoman pada (Mahdi dan Nassar, 2021), keunggulan bersaing berkelanjutan dapat dirumuskan dari dimensi-dimensi imitabilitas (tingkat kesulitan untuk dapat

ditiru), durabilitas (tingkat lamanya dapat menjauhkan pesaing), dan tingkat kemudahan untuk menyamai aset-aset strategik yang dimiliki oleh perusahaan. Sebuah perusahaan harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya agar dapat mempertahankan keunggulan bersaingnya dan tetap dipandang memiliki daya saing oleh para *stakeholders* nya. Mengacu pada penelitian Ni *et al.* (2021), terhadap hubungan positif antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa jika pengelolaan *intellectual capital* semakin baik, maka kinerja perusahaan akan semakin baik pula. Dengan demikian, hipotesis berikut diajukan:

H₅: *Sustainable competitive advantage* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *business performance*.

Peran inovasi dalam mendorong kinerja usaha meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan. Ketakutan organisasi dalam menerapkan inovasi adalah besarnya biaya yang harus diinvestasikan. Ketakutan ini sebenarnya tidak beralasan sebab inovasi tidak harus dimulai dari yang canggih dan berbiaya besar tetapi yang lebih penting terlembaga, konsisten dan berkelanjutan. Sumber daya terpenting perusahaan telah berganti dari aset berwujud menjadi *intellectual capital* yang didalamnya terkandung satu elemen penting, yaitu daya pikir atau pengetahuan. Sesuai dengan pendapat Chen *et al.* (2020a); Kamińska *et al.* (2017); Xu *et al.* (2021) menyatakan, bahwa perkembangan ekonomi baru didorong oleh informasi dan pengetahuan, menyebabkan meningkatnya perhatian pada *intellectual capital*. Manfaat *intellectual capital* sebagai alat untuk menentukan nilai perusahaan telah menarik perhatian sejumlah akademisi dan praktisi (Kamińska *et al.*, 2017; Xu *et al.*, 2021). Peranan *intellectual capital* semakin strategis, bahkan akhir-akhir ini memiliki peran kunci dalam upaya melakukan lompatan peningkatan nilai di berbagai perusahaan. Hal ini disebabkan adanya kesadaran, bahwa *intellectual capital* merupakan landasan bagi

perusahaan untuk unggul dan bertumbuh. Kesadaran ini antara lain ditandai dengan semakin seringnya istilah *knowledge-based company* muncul dalam wacana bisnis. Istilah tersebut ditujukan terhadap perusahaan yang lebih mengandalkan pengelolaan *intellectual capital* sebagai sumber daya dan pertumbuhan jangka panjangnya. *Knowledge based company* adalah perusahaan yang diisi oleh komunitas yang memiliki pengetahuan, keahlian, dan keterampilan. Ciri lainnya adalah perusahaan ini lebih mengandalkan pengetahuan dalam mempertajam daya saingnya, yaitu dengan lebih berinvestasi di bidang *intellectual capital*. Sebagai akibatnya, nilai dari *knowledge-based company* utamanya ditentukan oleh *intellectual capital* yang dimiliki dan dikelolanya. Pentingnya *intellectual capital* ditegaskan oleh Salvi *et al.* (2020) menyatakan, bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia akan dapat bersaing apabila menggunakan keunggulan bersaing yang diperoleh melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh *intellectual capital* perusahaan.

Knowledge Based Theory menganggap bahwa pengetahuan adalah sumber daya yang paling besar pengaruhnya terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan. Pendukung teori ini berpendapat, bahwa sumber daya dalam bentuk pengetahuan cukup kompleks dan sulit ditiru oleh pesaing. Keberagaman pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki di antara perusahaan-perusahaan inilah yang menjadi penentu kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Reihlen dan Ringberg, 2013). Pengetahuan ini tertanam dan dibawa melalui beberapa entitas termasuk budaya dan identitas organisasi, kebijakan, rutinitas, dokumen, sistem, dan karyawan (Reihlen dan Ringberg, 2013). Nirino *et al.* (2022) menjelaskan, bahwa dengan perubahan ekonomi yang berkarakteristik *knowledge* dengan penerapan *knowledge management*, maka kemakmuran suatu perusahaan akan bergantung pada penciptaan transformasi dan kapitalisasi pengetahuan itu sendiri. Khalique dan Mansor (2016) mendefinisikan

intellectual capital sebagai seluruh pengetahuan karyawan dan perusahaan yang berkontribusi bagi keunggulan bersaing perusahaan yang berkelanjutan. Paoloni *et al.* (2022) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai seluruh karyawan, perusahaan dan kemampuan mereka untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. *Intellectual capital* dapat didefinisikan sebagai jumlah dari apa yang dihasilkan oleh tiga elemen utama organisasi, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *costumer capital* yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi yang dapat memberikan nilai lebih bagi perusahaan berupa keunggulan bersaing organisasi.

Chahal dan Bakshi (2014) membangun sebuah konsep kerangka modal intelektual. Ini membahas peran inovasi dalam hubungan antara modal intelektual dan keunggulan bersaing. Ini mempertimbangkan peran moderasi pembelajaran dalam hubungan antara modal intelektual dan inovasi serta modal intelektual dan keunggulan bersaing. Studi ini juga berusaha untuk mengeksplorasi dampak dari modal intelektual terhadap keunggulan bersaing dan kinerja bisnis. Kajian tersebut berdasarkan kajian literatur berdasarkan peran inovasi, modal intelektual,

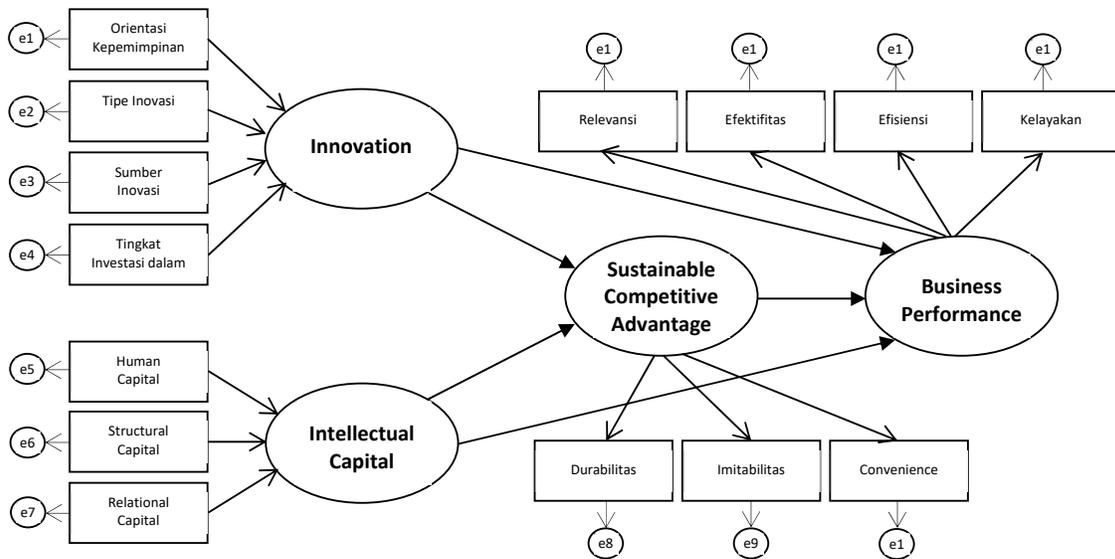
keunggulan bersaing, kinerja bisnis. Dengan demikian, hipotesis berikut diajukan:

H₆: *Sustainable competitive advantage* berkontribusi signifikan dan positif di dalam memediasi pengaruh *innovation* dan *intellectual capital* terhadap *business performance*.

Rerangka konseptual penelitian dapat dilihat pada gambar 3.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian survai dengan menggunakan metode analisis kuantitatif, dan digunakan untuk maksud penjelasan atau konfirmatori, yaitu untuk menjelaskan pengaruh antar variabel atau hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan metode sensus atau *complete enumeration*, yaitu dilakukan terhadap seluruh industri beras Indonesia di Jawa Timur yang berjumlah 145 perusahaan, atau dengan kata lain penelitian ini tidak menggunakan sampel sehingga teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini juga tidak diperlukan.



Gambar 3
Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Pengembangan model peneliti, 2021

Variabel di dalam penelitian diklasifikasikan sebagai berikut: (1) *innovation* (INOV) sebagai variabel eksogen pertama yang diukur dengan menggunakan indikator orientasi kepemimpinan, tipe inovasi, sumber inovasi, dan tingkat investasi dalam inovasi (Flikkema *et al.*, 2019; Schultz Larsen, 2015); (2) *intellectual capital* (IC) sebagai variabel eksogen kedua yang diukur dengan menggunakan indikator *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* (Montemari dan Nielsen, 2013); (3) *sustainable competitive advantage* (SCA) sebagai variabel *intervening* yang mempengaruhi kinerja bisnis, serta dipengaruhi oleh inovasi dan modal intelektual, diukur dengan menggunakan indikator *durability*, *imitability*, dan *convenience* (Mahdi dan Nassar, 2021); dan (4) *business performance* (BP) sebagai variabel endogen yang diukur dengan menggunakan indikator relevansi, efektifitas, efisiensi, dan kelayakan keuangan (Linnéusson *et al.*, 2020). Variabel *innovation*, *intellectual capital*, *sustainable competitive advantage*, dan *business performance* diukur dengan menggunakan skala Likert atau *summated ratings method*, dan hasil pengukurannya berupa data dengan skala interval.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara langsung dengan seluruh manajemen industri beras Indonesia di Jawa Timur yang berjumlah 145 perusahaan. Pertanyaan yang diajukan telah disusun sebelumnya secara sistematis dan dipandu

menggunakan kuesioner yang telah valid dan reliabel. Data sekunder bersumber dari informasi/data yang dimiliki instansi terkait, serta buku literatur, jurnal ilmiah dan/atau berbagai macam bentuk terbitan sebagaimana tercantum dalam daftar pustaka.

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan melakukan uji kualitas data, yaitu melakukan uji validitas dan reliabilitas, serta alat analisis data yang digunakan, yaitu analisis regresi linier berganda dan *path analysis* untuk menguji efek mediasi yang dioperasikan melalui program IBM SPSS 21. *Path analysis* adalah perluasan dari model regresi yang digunakan untuk menganalisis dan menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari himpunan variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui variabel *intervening*.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis dan menguji pengaruh variabel secara simultan dan menguji hipotesis pengaruh antar variabel secara parsial. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan dua model analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada tabel 1 dan 2.

Berdasarkan tabel 1 dan 2, diperoleh persamaan regresi yang menjelaskan pengaruh antar variabel yang diuji, yaitu:

$$Z = 0,265 X_1 + 0,605 X_2$$

$$Y = 0,694 Z + 0,168 X_1 + 0,142 X_2$$

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Model I)

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.631	.728			2.240	.027
	.219	.053	.265		4.156	.000
	.584	.061	.605		9.498	.000
					.649	1.540
					.649	1.540

Dependent variable: Sustainable Competitive Advantage (SCA)

Sumber: Output SPSS penulis

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Model II)

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	-.232	.620			-.374	.709		
	.185	.047	.168		3.962	.000	.579	1.727
	.182	.066	.142		2.769	.006	.397	2.518
	.925	.070	.694		13.164	.000	.374	2.673

Dependent variable: Business Performance (BP)

Sumber: Output SPSS penulis

Tabel 3
Hasil Uji Statistik F (Model I)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.218	2	128.109	118.752	.000 ^b
	Residual	153.189	142	1.079		
	Total	409.407	144			

a. Dependent variable: Sustainable Competitive Advantage (SCA)

b. Predictors: (Constant), Innovation (INOV), Intellectual Capital (IC)

Sumber: Output SPSS penulis

Tabel 4
Hasil Uji Statistik F (Model II)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	619.897	3	206.632	273.455	.000 ^b
	Residual	106.545	141	.756		
	Total	726.441	144			

a. Dependent variable: Business Performance (BP)

b. Predictors: (Constant), Innovation (INOV), Intellectual Capital (IC), Sustainable Competitive Advantage (SCA)

Sumber: Output SPSS penulis

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Hasil uji signifikansi simultan (uji statistik F) ditunjukkan pada tabel 3 dan 4. Berdasarkan tabel 3, hasil uji statistik F model 1, diperoleh nilai F sebesar 118,752 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jika dilihat dari nilai signifikansi, nilai sig. F model 1 lebih kecil dari α (0,05). Ini berarti, variabel INOV dan IC mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap SCA. Berdasarkan tabel 4, hasil uji statistik F model 2, diperoleh nilai F sebesar 273,455 dengan tingkat signifikansi

0,000. Jika dilihat dari nilai signifikansi, nilai sig. F model 2 lebih kecil dari α (0,05). Ini berarti, variabel INOV, IC dan SCA mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap BP.

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara parsial mampu menerangkan variabel dependennya. Hipotesis 1 dan 2 dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji parsial pada model 1, sedangkan hipotesis 3, 4, dan 5 diuji

dengan menggunakan model 2. Suatu variabel independen dikatakan berpengaruh positif apabila t hitung $>$ t tabel dan dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Variabel independen dikatakan berpengaruh positif apabila signifikansi $<$ α (0,05). Hasil uji signifikansi parsial ditunjukkan pada tabel 5 dan 6.

Tabel 5 menunjukkan, bahwa nilai t hitung variabel INOV sebesar 4,156 dan variabel IC sebesar 9,498. Nilai t hitung pada masing-masing variabel lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,977 ($\alpha = 0,05$). Jika dilihat dari nilai signifikansi, variabel INOV dan IC memiliki signifikansi sebesar 0,000, dimana kedua variabel tersebut memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari α (0,05). Ini berarti, bahwa Hipotesis H_1 dan H_2 diterima dan dinyatakan bahwa *innovation* dan *intellectual capital* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *sustainable competitive advantage*.

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel INOV sebesar 3,962, variabel IC sebesar 2,769, dan variabel SCA sebesar 13,164. Nilai t hitung pada masing-masing

variabel lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,977 ($\alpha = 0,05$). Jika dilihat dari nilai signifikansi, variabel INOV memiliki signifikansi sebesar 0,000, variabel IC memiliki signifikansi sebesar 0,006, variabel SCA memiliki signifikansi sebesar 0,000, ketiga variabel tersebut memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari α (0,05). Ini berarti, bahwa Hipotesis H_3 , H_4 dan H_5 diterima dan dinyatakan bahwa *innovation*, *intellectual capital* dan *sustainable competitive advantage* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *business performance*.

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara simultan dan menguji hipotesis tentang pengaruh antar variabel secara parsial. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan 2 model analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 5
Hasil Uji Statistik t (Model I)

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1.631	.728		2.240	.027		
INOV	.219	.053	.265	4.156	.000	.649	1.540
IC	.584	.061	.605	9.498	.000	.649	1.540

Dependent variable: Sustainable Competitive Advantage (SCA)

Sumber: Output SPSS penulis

Tabel 6
Hasil Uji Statistik t (Model II)

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	-.232	.620		-.374	.709		
INOV	.185	.047	.168	3.962	.000	.579	1.727
IC	.182	.066	.142	2.769	.006	.397	2.518
SCA	.925	.070	.694	13.164	.000	.374	2.673

Dependent Variable: Business Performance (BP)

Sumber: Output SPSS penulis

Tabel 7
Koefisien Determinasi (R²) (Model I)

Model Summary ^b									
Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R ² Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.791 ^a	.626	.621	1.03865	.626	118.752	2	142	.000

a. Predictors: (Constant), Innovation (INOV), Intellectual Capital (IC)

b. Dependent Variable: Sustainable Competitive Advantage (SCA)

Sumber: Output SPSS penulis

Tabel 8
Koefisien Determinasi (R²) (Model II)

Model Summary ^b									
Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R ² Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.924 ^a	.853	.850	.86927	.853	273.455	3	141	.000

a. Predictors: (Constant), Innovation (INOV), Intellectual Capital (IC), Sustainable Competitive Advantage (SCA)

b. Dependent Variable: Business Performance (BP)

Sumber: Output SPSS penulis

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan Tabel 7 dan 8, diperoleh nilai R² 1 sebesar 0,621 dan R² 2 sebesar 0,850.

Koefisien Determinasi Total (R²)

Berdasarkan nilai koefisien determinasi pada tabel tersebut, maka diperoleh nilai error pada masing-masing variabel dependen, yaitu:

$$\sqrt{(1 - R^2_1)} = 1 - 0,621 = 0,616$$

$$\sqrt{(1 - R^2_2)} = 1 - 0,850 = 0,387$$

Nilai koefisien determinasi total, yaitu:

$$= 1 - P2e1 \times P2e2$$

$$= 1 - (0,616)^2 (0,387)^2$$

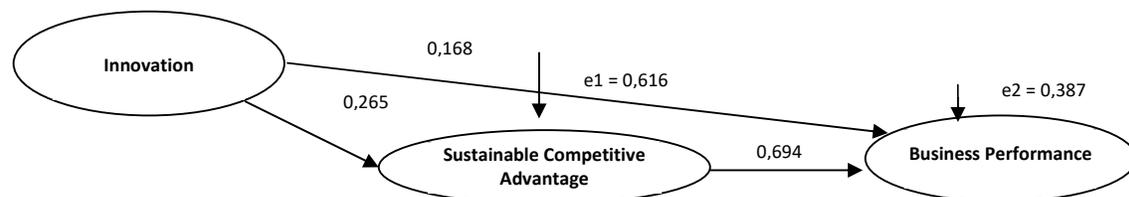
$$= 1 - (0,379) (0,150)$$

$$= 0,943$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai koefisien determinasi total sebesar 0,943. Hal ini menunjukkan, bahwa *business performance* dapat dijelaskan oleh variabel *innovation*, *intellectual capital* dan *sustainable competitive advantage* sebesar 94,30%, sedangkan sisanya sebesar 5,70% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

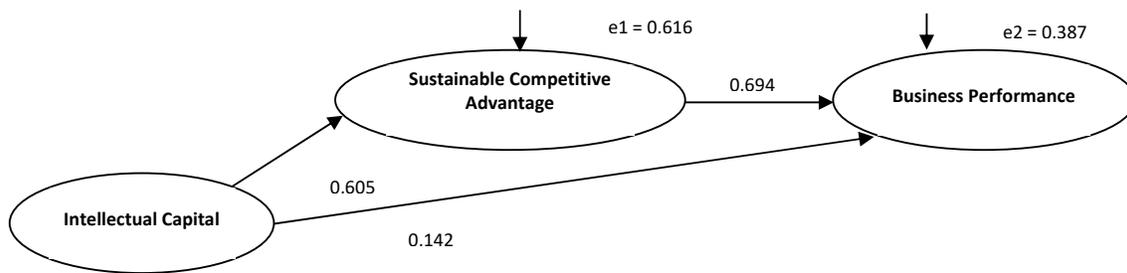
Path Analysis

Interoening merupakan variabel antara yang memediasi hubungan variabel independen dengan dependen. Model penelitian memberikan adanya pengaruh tidak langsung dari *innovation* dan *intellectual capital* terhadap *business performance* melalui *sustainable competitive advantage*. Uji *intervening* dilakukan dengan menggunakan *path analysis* pada gambar 4, gambar 5, dan gambar 6.



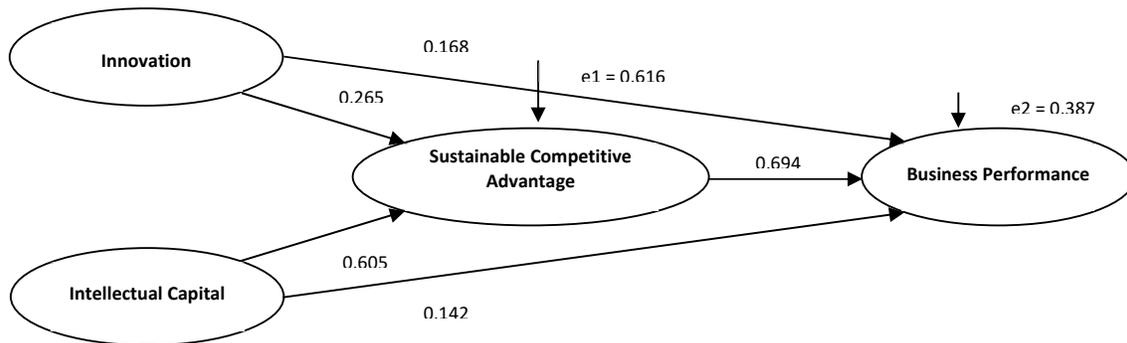
Gambar 4
Hasil Path Analysis (Model I)

Sumber: Pengembangan model penulis



Gambar 5
Hasil Path Analysis (Model II)

Sumber: Pengembangan model penulis



Gambar 6
Hasil Path Analysis Model Penuh

Sumber: Pengembangan model penulis

Analisis pengaruh *innovation* melalui *sustainable competitive advantage*: diketahui pengaruh langsung yang diberikan *innovation* terhadap *business performance* sebesar 0,168. Sedangkan pengaruh tidak langsung *innovation* terhadap *business performance* melalui *sustainable competitive advantage* adalah sebesar 0,184 (= 0,265 x 0,694), dengan demikian pengaruh total *innovation* terhadap *business performance* adalah sebesar 0,352 (= 0,168 + 0,184). Hasil ini menunjukkan, bahwa pengaruh *innovation* terhadap *business performance* melalui *sustainable competitive advantage* lebih besar dibanding pengaruh langsung *innovation* terhadap *business performance*, yaitu 0,184 > 0,168, nilai t-hitung > t-tabel, yaitu 3,962 > 1,977 dengan signifikansi 0,006 (Sig.<0,05). Ini berarti, *innovation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *business performance* melalui *sustainable competitive advantage*.

Analisis pengaruh *intellectual capital* melalui *sustainable competitive advantage*: diketa-

hui pengaruh langsung yang diberikan *intellectual capital* terhadap *business performance* sebesar 0,142. Sedangkan pengaruh tidak langsung *intellectual capital* terhadap *business performance* melalui *sustainable competitive advantage* adalah sebesar 0,420 (= 0,605 x 0,694), dengan demikian pengaruh total *intellectual capital* terhadap *business performance* adalah sebesar 0,562 (= 0,142 + 0,420). Hasil ini menunjukkan, bahwa pengaruh *intellectual capital* terhadap *business performance* melalui *sustainable competitive advantage* lebih besar dibanding pengaruh langsung *intellectual capital* terhadap *business performance*, yaitu 0,420 > 0,142, nilai t-hitung > t-tabel yaitu 2,769 > 1,977 dengan signifikansi 0,000 (Sig.<0,05). Ini berarti, *intellectual capital* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *business performance* melalui *sustainable competitive advantage*.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikemukakan, bahwa Hipotesis H₆: *sustainable competitive advantage* berkontribusi signifikan

dan positif dalam memediasi pengaruh *innovation* dan *intellectual capital* terhadap *business performance*” dapat diterima.

Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Hasil pengujian pengaruh antara inovasi dengan keunggulan bersaing berkelanjutan didapatkan nilai t-hitung 4,156 dengan nilai signifikansi 0,000 (lihat tabel 9). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhaeni (2018) menunjukkan adanya hubungan yang positif dan kuat antara inovasi dengan keunggulan bersaing. Penelitian lain juga menunjukkan semakin kreatif inovasi yang diberikan perusahaan dalam mengemas cita rasa, tampilan serta variasi yang beragam akan memanjakan konsumen agar dapat memilih salah satu produk yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan, hal ini akan memberikan efek positif tersendiri kepada tingkat keunggulan bersaing perusahaan menurut pandangan konsumen (Ardiansari *et al.*, 2021; Arifuddin, 2018; Narastika dan Yasa, 2017; Olazo, 2022;

Setyawati *et al.*, 2019; Sugiono *et al.*, 2019; Tsou *et al.*, 2016).

Pengaruh Modal Intelektual terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Hasil pengujian pengaruh antara modal intelektual dengan keunggulan bersaing berkelanjutan didapatkan nilai t-hitung 9,498 dengan nilai signifikansi 0,000 (lihat tabel 9). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusliza *et al.* (2020) yang menunjukkan bahwa minat terhadap modal intelektual tidak mendapatkan kembali perhatian yang cukup, yang tercermin pada keunggulan bersaing perusahaan-perusahaan tersebut. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan modal intelektual yang terdiri dari indikator-indikator modal manusia (*Human Capital*), modal struktural (*Structural Capital*) dan modal pelanggan (*Customer Capital*) terhadap keunggulan bersaing (Ardiansari *et al.*, 2021; Indah, 2017; Sugiono *et al.*, 2019; Tsou *et al.*, 2016).

Tabel 9
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
	>1,977	< 0,05	
H ₁ <i>Innovation</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>sustainable competitive advantage</i>	4,156	0,000	Didukung
H ₂ <i>Intellectual capital</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>sustainable competitive advantage</i>	9,498	0,000	Didukung
H ₃ <i>Innovation</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>business performance</i>	3,962	0,000	Didukung
H ₄ <i>Intellectual capital</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>business performance</i>	2,769	0,006	Didukung
H ₅ <i>Sustainable competitive advantage</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>business performance</i>	13,164	0,000	Didukung
H ₆ <i>Sustainable competitive advantage</i> berkontribusi signifikan dan positif dalam memediasi pengaruh <i>innovation</i> dan <i>intellectual capital</i> terhadap <i>business performance</i>	IE > DE 0,184 > 0,168 IE > DE 0,420 > 0,142	3,962 0,000 2,769 0,006	Didukung

Sumber: Hasil olahan penulis

Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Bisnis

Hasil pengujian pengaruh antara inovasi dengan kinerja bisnis didapatkan nilai t-hitung 3,962 dengan nilai signifikansi 0,000 (lihat tabel 9). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chester Goduscheit dan Faullant (2018); Fang *et al.* (2021); Giersing *et al.* (2021) yang berpendapat bahwa sampai hari ini inovasi tetap menjadi salah satu kegiatan yang paling menciptakan nilai inti dan senjata kompetitif bagi perusahaan yang beroperasi di bisnis internasional. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa inovasi memiliki kapasitas untuk meningkatkan dan meningkatkan daya saing kuat ekspor yang dapat akhirnya menyebabkan kinerja ekspor yang berkelanjutan (Lee dan Kim, 2018; Zhang dan Wang, 2014).

Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Bisnis

Hasil pengujian pengaruh antara modal intelektual dengan kinerja bisnis didapatkan nilai t-hitung 2,769 dengan nilai signifikansi 0,006 (lihat tabel 9). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Morariu (2014) yang menunjukkan bahwa *Intellectual capital* diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan dan kinerja keuangan serta dapat dibuktikan dengan hasil pengaruh yang signifikan dan positif. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa Pengelolaan modal intelektual yang baik akan dapat membentuk sumber daya yang tangguh dan tidak hanya memiliki dampak positif pada kinerja saat ini saja, melainkan menunjukkan kinerja di masa depan (Ardiansari *et al.*, 2021; Hariyati dan Tjahjadi, 2015; Setyawati *et al.*, 2019; Tsou *et al.*, 2016; Widiastuti *et al.*, 2013).

Pengaruh Keunggulan Bersaing Berkelanjutan terhadap Kinerja Bisnis

Hasil pengujian pengaruh antara keunggulan bersaing berkelanjutan dengan kinerja bisnis didapatkan nilai t-hitung 13,164 dengan nilai signifikansi 0,000 (lihat tabel 9). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni *et al.* (2021), terhadap hubungan positif antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa jika pengelolaan *intellectual capital* semakin baik, maka kinerja perusahaan akan semakin baik pula. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif terdapat pengaruh positif terhadap kinerja (Ardiansari *et al.*, 2021; Arifuddin, 2018; Indah, 2017; Setyawati *et al.*, 2019; Setyawati dan Rosiana, 2015; Tsou *et al.*, 2016; Widiastuti *et al.*, 2013).

Kontribusi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dalam Memediasi Pengaruh Inovasi dan Modal Intelektual terhadap Kinerja Bisnis

Hasil pengujian kontribusi keunggulan bersaing berkelanjutan dalam memediasi pengaruh antara inovasi dan modal intelektual terhadap kinerja bisnis didapatkan nilai t-hitung 2,769 dengan nilai signifikansi 0,006 (lihat tabel 9). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat kemampuan dalam memediasi serta pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chahal dan Bakshi (2014) yang menunjukkan peran inovasi dalam hubungan antara modal intelektual dan keunggulan bersaing serta untuk mengeksplorasi dampak dari modal intelektual terhadap keunggulan bersaing dan kinerja bisnis. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa modal intelektual dan sumber inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, modal intelektual dan sumber inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, dan keunggulan kompetitif secara signifikan memediasi hubungan antara modal intelektual, sumber inovasi dan

kinerja perusahaan (Ardiansari *et al.*, 2021; Lestari *et al.*, 2020; Setyawati *et al.*, 2019; Sugiono *et al.*, 2019; Tsou *et al.*, 2016; Widiastuti *et al.*, 2013).

Nilai-nilai Kebaruan dari Hasil Penelitian

Sudah banyak penelitian yang mengkaji tentang keunggulan bersaing berkelanjutan, namun di setiap daerah tentu memiliki karakteristik tersendiri terkait tingkat daya tahan, tingkat kesulitan untuk ditiru, dan tingkat kemudahan untuk menyalin aset-aset yang dimiliki perusahaan. Selain itu, fokus masalah yang dikaji yakni belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu terkait dengan keunggulan bersaing berkelanjutan pada industri beras yang berimplikasi pada kinerja serta erat kaitannya dengan perbedaan kondisi dari segi inovasi dan modal intelektual masing-masing perusahaan. Kontribusi masing-masing jurnal penelitian yang telah disebutkan sebelumnya adalah dalam rangka sebagai bahan untuk menyusun *state of the art* yakni terkait dengan kumpulan teori, dan referensi baik yang mendukung atau tidak mendukung penelitian. Adapun itu semua dilakukan agar penelitian menjadi semakin kokoh karena dapat dijadikannya sebuah acuan. Dari adanya *state of the art* dapat diketahui bahwa tidak ada yang secara khusus membahas pengaruh inovasi dan modal intelektual dapat menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan dan berimplikasi meningkatkan kinerja bisnis pada industri beras Indonesia di Jawa Timur. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tergolong masih baru dan atau belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.

SIMPULAN DAN SARAN

Memperkuat teori dasar sumber daya dan pengetahuan, bahwa inovasi dan modal intelektual sebagai anteseden strategis dan terbukti efektif di dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan yang berimplikasi pada meningkatnya kinerja bisnis perusahaan. Inovasi dan modal intelektual berperan penting dan merupakan kunci suk-

ses untuk bertahan dan berkembang di dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan dan meningkatkan kinerja bisnis industri beras Indonesia di Jawa Timur.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Studi persepsi bersifat subjektif dan dapat menimbulkan permasalahan ketika persepsi responden menjadi berbeda dari waktu ke waktu. Beberapa pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini masih dirasa belum cukup dalam mewadahi persepsi responden.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih detail, dan memberi kemudahan pernyataan atau pertanyaan kuesioner pada responden dalam mencerminkan persepsi masing-masing dengan sebenar-benarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ababneh, O. M. A., M. LeFevre, dan T. Bentley. 2019. Employee Engagement: Development of a New Measure. *International Journal of Human Resources Development and Management* 19(2): 105-134. <https://doi.org/10.1504/IJHRDM.2019.098623>.
- Akiba, M. dan B. Wilkinson. 2016. Adopting an International Innovation for Teacher Professional Development. *Journal of Teacher Education* 67(1): 74-93. <https://doi.org/10.1177/0022487115593603>.
- Aloulou, W. J. 2019. Impacts of Strategic Orientations on New Product Development and Firm Performances. *European Journal of Innovation Management* 22(2): 257-280. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2018-0092>.
- Amrullah, R., T. Ismail, dan L. Uzliawati. 2018. Pengaruh Budaya Organisasi Intelektual Capital dan Keragaman Pengu-ukuran Kinerja Terhadap Kinerja Organisasi (Study Empiris Perusahaan Manufaktur Di Provinsi Banten). *Jurnal Ri-set Akuntansi Tirtayasa* 03(02): 221-240.
- Ardiansari, A., S. Ridloah, I. R. D. Pangestuti, dan P. Indriyani. 2021. The Influence of Intellectual Capital on the Company's Financial Performance and Market Value. *Universal Journal of Accounting*

- and Finance* 9(2): 217–225. DOI: 10.13189/ujaf.2021.090211.
- Arias-Pérez, J., J. Alegre, dan C. Villar. 2021. Emotional Capability: the Missing Link between Information Technology Capabilities and Innovation Performance. *Capacidad Emocional: el Vínculo Perdido Entre Capacidades de Tecnologías de la Información y Desempeño Innovador*. *Capacidade Emocional: O elo Perdido*. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management* 19(2): 127–142. <https://doi.org/10.1108/MRIAM-12-2020-1115>.
- Arifuddin, M. 2018. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi. *Seminar Nasional dan The 5th Call For Syariah Paper (SANCALL)*.
- Bhandari, K. R., M. Ranta, dan J. Salo. 2022. The Resource-based View, Stakeholder Capitalism, ESG, and Sustainable Competitive Advantage: The Firm's Embeddedness into Ecology, Society, and Governance. *Business Strategy and the Environment* 31(4): 1525–1537. <https://doi.org/10.1002/bse.2967>.
- Bharadwaj, S. G., J. Fahy, dan P. R. Varadarajan. 2015. Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: a Conceptual Model and Research Propositions. *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*: 441–443. Springer Nature.
- BPS. 2021. *Statistik Luas Panen dan Produksi Padi di Indonesia 2020*. Berita Resmi Statistik.
- Brymer, R. A. dan D. G. Sirmon. 2018. Pre-Exit Bundling, Turnover of Professionals, and Firm Performance. *Journal of Management Studies* 55(1): 146–173. <https://doi.org/10.1111/joms.12315>.
- Cabrilo, S. dan S. Dahms. 2020. The Role of Multidimensional Intellectual Capital and Organizational Learning Practices in Innovation Performance. *European Management Review* 17(4): 835–855. <https://doi.org/10.1111/emre.12396>.
- Chahal, H. dan P. Bakshi. 2014. Effect of Intellectual Capital on Competitive Advantage and Business Performance: Role of Innovation and Learning Culture. *International Journal of Learning and Intellectual Capital* 11(1): 52–70. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2014.059227>.
- Chen, L., Y. Nakamura, dan K. Kondo. 2020a. User Behavior Analysis Toward Adaptive Guidance for Machine Operation Tasks. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*: 288–302. Springer International Publishing.
- Chen, M. Y.-C., L. W. Lam, dan J. N. Y. Zhu. 2020b. Should Companies Invest in Human Resource Development Practices? The Role of Intellectual Capital and Organizational Performance Improvements. *Personnel Review* 50(2): 460–477. <https://doi.org/10.1108/PR-04-2019-0179>.
- Chester Goduscheit, R. dan R. Faullant. 2018. Paths Toward Radical Service Innovation in Manufacturing Companies-A Service-Dominant Logic Perspective. *Journal of Product Innovation Management* 35(5): 701–719. <https://doi.org/10.1111/jpim.12461>.
- Delgado-Verde, M., G. Martín-de Castro, dan J. Amores-Salvadó. 2016. Intellectual Capital and Radical Innovation: Exploring the Quadratic Effects in Technology-based Manufacturing Firms. *Technovation* 54: 35–47. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2016.02.002>.
- Drucker, P. F. 2017. *The Practice of Management, Modern Economic Classics-Evaluations Through Time*. Harper and Row. New York.
- Fang, X., N. R. Paez, dan B. Zeng. 2021. The Nonlinear Effects of Firm Size on Innovation: an Empirical Investigation. *Economics of Innovation and New Technology* 30(1): 48–65. <https://doi.org/10.1080/10438599.2019.1677013>.

- Fatonah, S. dan A. T. Haryanto. 2022. Exploring Market Orientation, Product Innovation and Competitive Advantage to Enhance the Performance of SMEs under Uncertain Evens. *Uncertain Supply Chain Management* 10(1): 161–168.
- Ferrarini, F. dan Y. Curzi. 2022. AMO-Enhancing Practices, Open Innovation and Organizations' Innovation in the European Context: Testing a Mediation Model. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-01-2022-0005>.
- Flikkema, M., C. Castaldi, A.-P. de Man, dan M. Seip. 2019. Trademarks' Relatedness to Product and Service Innovation: a Branding Strategy Approach. *Research Policy* 48(6): 1340–1353. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.01.018>.
- Foxall, G. R. 2014. *Corporate Innovation: Marketing and Strategy*. Taylor and Francis.
- Fu, Y., Q. Li, dan Y. Chang. 2022. Operating Mechanism of University Innovation and Entrepreneurship Education and Its Contribution to Regional Economy. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)* 17(14): 141–156.
- Giersing, B., N. Shah, D. Kristensen, J.-P. Amorij, A.-L. Kahn, K. Gandrup-Marino, C. Jarrhian, D. Zehrun, dan M. Menozzi-Arnaud. 2021. Strategies for Vaccine-product Innovation: Creating an Enabling Environment for Product Development to Uptake in Low-and Middle-income Countries. *Vaccine* 39(49): 7208–7219. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2021.07.091>.
- Hariyati, dan B. Tjahjadi. 2015. Hubungan antara Strategi Inovasi dengan Kinerja Keuangan yang Dimediasi oleh Modal Intelektual dan Kinerja Pelanggan. *Conference: Konferensi Regional Akuntansi* 2(April 2015): 1–27.
- Hilman, C. dan K. Laturette. 2021. Analisis Perbedaan Kinerja Perusahaan Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing dan Keuangan* 18(1): 91–109.
- Hu, Y. 2013. Hyperlinked Actors in the Global Knowledge Communities and Diffusion of Innovation Tools in Nascent Industrial Field. *Technovation* 33(2–3): 38–49.
- Hughes, P. dan I. Hodgkinson. 2021. Knowledge Management Activities and Strategic Planning Capability Development. *European Business Review* 33(2): 238–254. <https://doi.org/10.1108/EBR-03-2019-0034>.
- Indah, D. Y. 2017. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Implikasinya Pada Kinerja Organisasi. *Institutional Repositories & Scientific Journals*.
- Isaksen, S. G. 2022. Assessing the Work Environment for Creativity and Innovation: Building on Mathisen and Einarsen's Review (2004). *Creativity Research Journal*: 1–27.
- Jaara, O. O. dan K. A. R. Elkotayni. 2016. Dampak dari Aset Tak Berwujud yang Dikembangkan Secara Internal pada Nilai Pasar Perusahaan - a Field Study di Perusahaan Farmasi di Yordania. *Riset Akuntansi dan Keuangan* 5(2).
- Kamińska, A. M., A. Parkitna, dan S. Siałkowska. 2017. Intellectual Capital-Measuring the Immeasurable and Reporting. *Information Systems Architecture and Technology: Proceedings of 37th International Conference on Information Systems Architecture and Technology-ISAT 2016-Part IV*: 79-93. Springer International Publishing.
- Kant, N. 2021. Blockchain: a Strategic Resource to Attain and Sustain Competitive Advantage. *International Journal of Innovation Science* 13(4): 520–538. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2020-0094>.
- Khalique, M. dan S. A. Mansor. 2016. Intellectual Capital in Malaysian Hotel Industry: a Case Study of Malacca. *International Journal of Business Performance Management* 17(1): 103-116. <https://doi.org/10.1504/IJBPM.2016.073348>.

- Leal, C., C. P. Marques, C. S. Marques, dan V. Ratten. 2016. The Role of Intellectual Capital and Corporate Strategy on Sustainable Value Creation. *International Journal of Foresight and Innovation Policy* 11(4): 215-224. <https://doi.org/10.1504/IJFIP.2016.084528>.
- Lee, H. dan W. Kim. 2018. Firm's Product Innovation Strategy and Product Sales in Convergent Product Markets. *2018 Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET)*: 1-10. IEEE.
- Lestari, S. D., F. M. Leon, S. Widyastuti, N. A. Brabo, dan A. H. P. K. Putra. 2020. Antecedents and Consequences of Innovation and Business Strategy on Performance and Competitive Advantage of SMEs. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7(6): 365-378.
- Lin, D., W. Yu, C. Wu, dan T. Cheng. 2018. Correlation between Intellectual Capital and Business Performance of Construction Industry-an Empirical Study in Taiwan. *International Journal of Construction Management* 18(3): 232-246. <https://doi.org/10.1080/15623599.2017.1315528>.
- Linnéusson, G., A. H. C. Ng, dan T. Aslam. 2020. A Hybrid Simulation-based Optimization Framework Supporting Strategic Maintenance Development to Improve Production Performance. *European Journal of Operational Research* 281(2): 402-414.
- Mahdi, O. R., dan I. A. Nassar. 2021. The Business Model of Sustainable Competitive Advantage through Strategic Leadership Capabilities and Knowledge Management Processes to Overcome COVID-19 Pandemic. *Sustainability* 13(17): 9891. <https://doi.org/10.3390/su13179891>.
- Malik, S. Y., Y. Cao, Y. H. Mughal, G. M. Kundi, M. H. Mughal, dan T. Ramayah. 2020. Pathways towards Sustainability in Organizations: Empirical Evidence on the Role of Green Human Resource Management Practices and Green Intellectual Capital. *Sustainability* 12(8): 3228. <https://doi.org/10.3390/su12083228>.
- Maria Morariu, C. 2014. Intellectual Capital Performance in the Case of Romanian Public Companies. *Journal of Intellectual Capital* 15(3): 392-410. <https://doi.org/10.1108/JIC-05-2014-0061>.
- Marvel, M. R. dan P. C. Patel. 2018. Self-Leadership and Overcoming the Time Resource Constraint: Accelerating Innovation for New Products. *IEEE Transactions on Engineering Management* 65(4): 545-556. <https://doi.org/10.1109/TEM.2017.2690818>.
- Montemari, M. dan C. Nielsen. 2013. The Role of Causal Maps in Intellectual Capital Measurement and Management. *Journal of Intellectual Capital* 14(4): 522-546. <https://doi.org/10.1108/JIC-01-2013-0008>.
- Mubyarto, M. M. dan G. P. D. Sohibien. 2020. Determinan Daya Saing Sektor Manufaktur Unggulan Menuju Program Making Indonesia 4.0. *Seminar Nasional Official Statistics* 2019(1): 710-719. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2019i1.56>.
- Narastika, A. R. dan N. N. K. Yasa. 2017. Peran Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran. *JUIMA: Jurnal Ilmu Manajemen* 7(1).
- Ni, Y., Y.-R. Cheng, dan P. Huang. 2021. Do Intellectual Capitals Matter to Firm Value Enhancement? Evidences from Taiwan. *Journal of Intellectual Capital* 22(4): 725-743. <https://doi.org/10.1108/JIC-10-2019-0235>.
- Nielsen, R. K. 2018. Managerial Practices of Strategic Global Mindset: Forging the Connection Between Individual Competence and Organizational Capability. *Advances in Global Leadership*: 145-172. Emerald Group Publishing Ltd.
- Nirino, N., A. Ferraris, N. Miglietta, dan A. C. Invernizzi. 2022. Intellectual Capital: the Missing Link in the Corporate Social Responsibility-Financial Performance Relationship. *Journal of Intellectual Capital*

- tal 23(2): 420–438. <https://doi.org/10.1108/JIC-02-2020-0038>.
- Nkambule, N. A., W.-K. Wang, I. W. K. Ting, dan W.-M. Lu. 2021. Intellectual Capital and Firm Efficiency of US Multinational Software Firms. *Journal of Intellectual Capital* 23(6): 1404-1434. <https://doi.org/10.1108/JIC-02-2021-0041>.
- Øivind Madsen, D. 2017. Not Dead Yet: the Rise, Fall and Persistence of the BCG Matrix. *Problems and Perspectives in Management* 15(1): 19–34.
- Olazo, D. B. 2022. Marketing Competency, Marketing Innovation and Sustainable Competitive Advantage of Small and Medium Enterprises (SMEs): a Mixed-Method Analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 35(4): 890-907. <https://doi.org/10.1108/APJML-01-2022-0050>.
- Paoloni, P., M. Massaro, F. Dal Mas, dan C. Bagnoli. 2022. Microfoundations of Intellectual Capital, Evidence from Italian Small Accounting Firms. *Knowledge Management Research & Practice*: 1–13. <https://doi.org/10.1080/14778238.2021.2023676>.
- Pitoy, V., A. Tumbel, dan M. Tielung. 2016. Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, Tbk Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16(3): 302–312.
- Rajapathirana, R. J. dan Y. Hui. 2017. Relationship between Innovation Capability, Innovation Type, and Firm Performance. *Journal of Innovation & Knowledge* 3(1): 44-55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>.
- Rantala, T. dan J. Ukko. 2018. Performance Measurement in University–Industry Innovation Networks: Implementation Practices and Challenges of Industrial Organisations. *Journal of Education and Work* 31(3): 247–261. <https://doi.org/10.1080/13639080.2018.1460655>.
- Rauf, A., A. R. Kadir, dan N. Kamariah. 2019. The Role of Firm’s Unique Resource in Developing Sustainable Competitive Advantage from Strategy Inimitability and its Effect on Firm Performance of Mining Companies in Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series* 1341(9): 092022. DOI: 10.1088/1742-6596/1341/9/092022.
- Reihlen, M. dan T. Ringberg. 2013. Uncertainty, Pluralism, and the Knowledge-Based Theory of the Firm: From J.-C. Spender’s Contribution to a Socio-Cognitive Approach. *European Management Journal* 31(6): 706–716. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.006>.
- Rodríguez-Cohard, J. C., J. D. Sánchez-Martínez, dan A. Garrido-Almonacid. 2020. Strategic Responses of the European Olive-Growing Territories to the Challenge of Globalization. *European Planning Studies* 28(11): 2261–2283. <https://doi.org/10.1080/09654313.2020.1716691>.
- Saksupapchon, P. dan K. W. Willoughby. 2019. Contextual Factors Affecting Decisions about Intellectual Property Licensing Provisions in Collaboration Agreements for Open Innovation Projects of Complex Technological Organizations. *2019 IEEE International Symposium on Innovation and Entrepreneurship (TEMS-ISIE)*: 1–2.
- Salvi, A., F. Vitolla, N. Raimo, M. Rubino, dan F. Petruzzella. 2020. Does Intellectual Capital Disclosure Affect the Cost of Equity Capital? an Empirical Analysis in the Integrated Reporting Context. *Journal of Intellectual Capital* 21(6): 985–1007.
- Schultz Larsen, T. 2015. The Ambivalent Relations between Bureaucracy and Public Innovation: The Case of the Successful Failure of Dial Police. *International Journal of Public Administration* 38(2): 92–103. <https://doi.org/10.1080/01900692.2014.930751>.
- Setyawati, I., T. Widyastuti, A. Suryati, dan N. H. Hartani. 2019. Intellectual Capital Performance of Islamic Banks in Indonesia: Towards competitive advantages. *Management Science Letters* 9(12):

- 1999–2008.
- Setyawati, S. M. dan M. Rosiana. 2015. Inovasi dan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis (Studi Empiris Pada Usaha Kecil dan Menengah di Purwokerto). *Sustainable Competitive Advantage (SCA)* 5(1).
- Smriti, N. dan N. Das. 2017. Impact of Intellectual Capital on Business Performance: Evidence from Indian Pharmaceutical Sector. *Polish Journal of Management Studies* 15(1): 232–243.
- Soewarno, N. dan B. Tjahjadi. 2020. Measures that Matter: an Empirical Investigation of Intellectual Capital and Financial Performance of Banking Firms in Indonesia. *Journal of Intellectual Capital* 21(6): 1085–1106. <https://doi.org/10.1108/JIC-09-2019-0225>.
- Štrukelj, T., M. Mulej, dan S. Š. Žižek. 2021. Knowledge Management Strategy for Achieving Innovation-Driven Knowledge-Cum-Values Behaviour. *Palgrave Studies in Governance, Leadership and Responsibility*: 31–56. Springer Nature.
- 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.
- Suhaeni, T. 2018. Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 4(1): 57–74. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i1.992>.
- Suparna, G., N. N. K. Yasa, I. G. A. K. Giantari, I. P. G. Sukaatmadja, dan M. Setini. 2021. Green Transformational Leadership to Build Value, Innovation and Competitive Advantage in Era Digital. *Webology* 18(Special Issue 04) 102–115. DOI: 10.14704/WEB/V18SI04/WEB18117.
- Syarif, M. A. 2022. KIBAR: Waspadai Konglomerasi Dalam Industri Beras Nasional. *Jaringan Pemberitaan Nusantara Negeriku (JPNN)*: 1–3.
- Taie, E. S. 2014. The Effect of Intellectual Capital Management on Organizational Competitive. *International Journal of Business and Social Science* 5(2).
- Teguh, M. 2015. Mengukur Daya Saing Output di Pasaran Internasional: Komoditi Tunggal atau Output Industri Sejenis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 13(4): 499–506. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v13i4.3150>.
- Tian, H., C. S. K. Dogbe, W. W. K. Pomegbe, S. A. Sarsah, dan C. O. A. Otoo. 2021. Organizational Learning Ambidexterity and Openness, as Determinants of SMEs' Innovation Performance. *European Journal of Innovation Management* 24(2): 414–438. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2019-0140>.
- Tsou, H.-T., J.-S. Chen, dan S.-W. (Jolie) Liao. 2016. Enhancing Intellectual Capital for E-service Innovation. *Innovation* 18(1): 30–53. <https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1181527>.
- Turner, A. dan Y.-K. Seock. 2022. Customer-Based Pop-up Store Equity and Consumer Shopping Behavior. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education* 15(1): 120–129. <https://doi.org/10.1080/17543266.2021.2013959>.
- Vagnani, G., C. Gatti, dan L. Proietti. 2019. A Conceptual Framework of the Adoption of Innovations in Organizations: a Meta-Analytical Review of the Literature. *Journal of Management and Governance* 23(4): 1023–1062. <https://doi.org/10.1007/s10997-019-09452-6>.
- Viana, D. D., C. T. Formoso, dan F. S. Bataglin. 2022. Requirements for Developing Production Planning and Control Systems for Engineer-to-order Industrialized Building Systems. *Construction Management and Economics* 40(7–8): 638–652. <https://doi.org/10.1080/01446193.2022.2062778>.
- Wang, Z. 2021. Business Analysis on Sustainable Competitive Advantages.

- E3S Web of Conferences* 235: 03009.
- Widiastuti, E. dan Sulistyandari. 2013. Peningkatan Daya Saing UKM melalui Peran Modal Intelektual dan Kinerja Keuangan. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers (SCA-3)* 3(1).
- Xu, J. dan Y. Zhang. 2021. Exploring the Nonlinear Effect of Intellectual Capital on Financial Performance: Evidence from Listed Shipping Companies in China. *Complexity* 2021: 1-12. <https://doi.org/10.1155/2021/9004907>
- Yadav, P. L., S. H. Han, dan H. Kim. 2017. Sustaining Competitive Advantage Through Corporate Environmental Performance. *Business Strategy and the Environment* 26(3): 345-357. <https://doi.org/10.1002/bse.1921>.
- Yang, N. 2013. Studies on the Characteristic Elements of Organizational Innovation and Innovation Path: Cognitive and Learning Perspectives. 2013 *International Conference on Management Science and Engineering 20th Annual Conference Proceedings*: 697-704.
- Yaseen, S. G., D. Dajani, dan Y. Hasan. 2016. The Impact of Intellectual Capital on the Competitive Advantage: Applied Study in Jordanian Telecommunication Companies. *Computers in Human Behavior* 62: 168-175.
- Yusliza, M.-Y., J. Y. Yong, M. I. Tanveer, T. Ramayah, J. Noor Faedah, dan Z. Muhammad. 2020. A Structural Model of the Impact of Green Intellectual Capital on Sustainable Performance. *Journal of Cleaner Production* 249: 119334. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119334>.
- Zhang, B. dan Z. Wang. 2014. Inter-firm Collaborations on Carbon Emission Reduction within Industrial Chains in China: Practices, Drivers and Effects on Firms' Performances. *Energy Economics* 42: 115-131.