

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lingkungan bisnis abad kedua puluh satu sering ditandai oleh dinamisme, persaingan sengit, globalisasi, perubahan teknologi yang cepat, dan siklus hidup produk yang singkat (Grant, 1996). Mengingat kenyataan lingkungan ini, organisasi bisnis terus ditantang untuk menawarkan produk dan layanan yang ditingkatkan dan inovatif untuk mengungguli pesaing dan memberikan nilai tambah (Teece, 2007). Dengan demikian, persyaratan mendasar untuk mencapai keunggulan kompetitif adalah mempertahankan keunikan melalui inovasi.

Carbone et al. (2005) menegaskan bahwa, dalam dunia yang semakin mengglobal, kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada kapasitas mereka untuk inovasi yang berasal dari kecerdasan organisasi mereka, yang diwakili oleh sistem informasi dan pengetahuan mereka, kompetensi karyawan mereka, kualitas proses produksi mereka dan layanan pelanggan mereka. Selain itu untuk Sukses dalam konteks ini, atau hanya tetap layak, perusahaan harus merespons dengan inovasi (Govindarajan dan Trimble, 2005).

Dalam hal ini, sumber daya berwujud, seperti sumber daya keuangan dan sumber daya fisik yang meliputi bahan baku, tanah, peralatan, alat dan mesin, telah dianggap tidak cukup untuk membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Fokus organisasi harus beralih ke sumber daya tak berwujud, terutama yang berbasis pengetahuan yang diwakili oleh keterampilan, pengalaman, kemampuan, dan kompetensi sumber daya manusia organisasi, sebagai dasar baru

untuk bertahan hidup dan berkembang dalam "ekonomi berbasis pengetahuan" saat ini. Andriessen, 2004).

Inovasi, terutama inovasi produk dan proses, telah menjadi aspek kunci bisnis sukses (Alegre, Lapiedra, dan Chiva, 2005). Inovasi Teknis sangat diperhatikan dengan pengembangan dan pengetahuan baru yang terintegrasi ke dalam produk, layanan, atau proses (Damanpour, 1991; Cooper, 1998). Itu alasannya adalah bahwa organisasi yang inovatif lebih mampu: (1) belajar tentang dan mengejar kebutuhan pelanggan; (2) mengembangkan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan tersebut dan (3) mengembangkan dan menerapkan proses dan kegiatan internal yang meningkatkan pemahaman dan pemenuhan kebutuhan pelanggan (Damanpour, 1991; Narver, Slater, dan MacLachlan, 2004).

Pada dasarnya terdapat dua tipe inovasi yaitu inovasi proses dan inovasi produk. Inovasi proses memfokuskan pada metode-metode baru yang diimplementasikan dalam proses inovasi dengan cara menggunakan teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang telah ada, misalnya adalah penerapan mode bisnis perusahaan, strategi perusahaan, gaya kepemimpinan, dan budaya perusahaan. Sedangkan inovasi produk menitikberatkan pada pengenalan produk secara radikal dan modifikasi produk yang ada.

Inovasi produk menjadi semakin penting dan diakui keberadaannya sebagai satu strategi dalam merespon persaingan bisnis yang makin kompetitif dan memiliki pengaruh besar terhadap kinerja dan daya saing perusahaan. Melalui inovasi produk, para pengambil keputusan dapat memberikan keputusan untuk

mengatasi permasalahan bisnis dan tantangan bisnis yang muncul dan memberikan dasar yang kuat untuk menjaga kelangsungan hidup dan mencapai kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Inovasi produk terkait dengan menciptakan atau mengembangkan produk akhir baru memuaskan kebutuhan pelanggan.

Istilah produk mencakup barang dan jasa. Inovasi produk melibatkan menawarkan fitur baru kepada pelanggan dengan mengembangkan produk atau layanan yang ada atau membuat yang baru dan kemudian meluncurkannya di pasar. Sumber utama keunggulan kompetitif dan profitabilitas berasal dari inovasi produk. Agar berhasil, inovasi produk harus melibatkan interaksi yang kuat di dalam perusahaan serta antara perusahaan dan pelanggan serta pemasoknya. Selain itu, inovasi produk memberikan fleksibilitas tambahan yang kuat untuk beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan baru (Lichtenthaler dan Ernst, 2012).

Sedangkan Inovasi proses adalah penemuan proses atau metode baru untuk produksi barang atau jasa (Damanpour, 1991; Egbu, 2004). Inovasi proses diterapkan dalam komponen operasi perusahaan yang mempengaruhi sistem teknis organisasi (Damanpour et al., 1989). Inovasi proses mencakup perubahan signifikan dalam alat produksi seperti peralatan dan teknik atau perangkat lunak yang mengubah sumber daya menjadi output (Gunday et al., 2011; Kock et al., 2011).

Inovasi juga dilakukan institusi keuangan termasuk perbankan. Hal ini dikarenakan sektor keuangan yang berfungsi dengan baik akan memiliki pengaruh krusial pada perekonomian negara (King, Levine, 1993). Inovasi merupakan

konsekuensi dari perkembangan zaman. Seiring dengan hadirnya era yang serba dinamis seperti saat ini, inovasi menjadi hal yang lumrah dilakukan untuk meningkatkan efektivitas sebuah pekerjaan. Tidak terkecuali di perusahaan-perusahaan. Berbagai inovasi diterapkan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing. Namun perlu dipahami, inovasi yang sukses sekalipun bisa menimbulkan masalah baru.

Padang-maklumatnews.net-Bank Pembangunan Daerah (BPD) atau yang dikenal dengan Bank Nagari terus berinovasi. Dimana pada beberapa waktu lalu, Bank Nagari kembali meluncurkan produk “Layanan Nagari Mobile Banking” yang bertujuan untuk menjawab kebutuhan masyarakat di era digital yang menginginkan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan. Ini disampaikan Direktur Utama Bank Nagari, Dedy Ihsan pada acara Panel tentang Mobile Banking yang digelar dalam rangka peluncuran Nagari Mobile di salah satu hotel Kota Padang, Rabu (7/11/2018).

Menurut Dedy, transformasi digital Banking kini mutlak dikembangkan oleh perbankan, tidak hanya untuk meningkatkan efisiensi namun juga menggaet nasabah baru, terutama kids zaman now. Yaitu, para generasi milenial karena mereka menyukai serba instan, mudah, murah, dan cepat. Dan sebagai imbasnya, tentunya melalui layanan ini, semakin dapat menambah nasabah dan membuat nasabah semakin loyal, karena para nasabah tidak perlu lagi datang ke ATM. Sebab hanya melalui ponsel genggam, mereka dapat pelayanan yang mudah dan aman.

Selain itu, aplikasi yang diunduh lewat play store / app store menjadi pilihan nasabah, terutama kaum milenial karena memudahkan mereka melakukan pembayaran tagihan kartu kredit/asuransi, transfer dan membayar pembelian e-commerce yang kini menjadi trend berbelanja konsumen serta melakukan top up digital payment seperti gopay dan grabpay. Kita berharap, kepercayaan golongan milenial terhadap Bank Nagari lebih meningkat seiring bertambahnya fitur transaksi karena mereka menyukai fitur yang mempermudah aktivitas baik untuk bekerja atau sekadar hiburan.

Direktur Keuangan Bank Nagari Muhammad Irsyad turut menambahkan, bahwa peluncuran “Nagari Mobile Banking” seiring dengan Revolusi Industri 4.0 yang digaungkan Presiden Joko Widodo. Peralunya kita bicara teknologi atau digitalisasi perbankan tentu arahnya bagaimana pelayanan semaksimal mungkin untuk customer. Bank Nagari juga akan seperti itu dikaitkan dengan Revolusi Industri 4.0. Dan setiap kegiatan perbankan harus mengarah ke teknologi, sehingga transaksi di masyarakat tidak ada halangan. “Kita juga sudah sejajar dengan yang lainnya melayani nasabah selama 24 jam. Kita mulai melakukannya. Tidak perlu ke bank, ke teller, tanda tangan, cukup di genggam saja,” tandasnya.

Irsyad menyebutkan, layanan digital tersebut meliputi penyediaan uang elektronik N-money, Nagari SMS banking, pengelolaan keuangan Nagari Cash Management, Nagari Portal Payment, Auto Debet, dan layanan lainnya. Irsyad menyebutkan market share Bank Nagari yang mencapai 30% di wilayah Sumbar merupakan pasar potensial untuk pengembangan layanan keuangan digital. Dia

menargetkan transaksi digital bank milik pemda Sumbar dan 19 kabupaten/kota itu meningkat signifikan tahun depan. “Saat ini, secara digital kami sudah 500.000 transaksi setiap hari, besar sekali. Tumbuhnya sampai empat kali lipat,” tukasnya.

Kepala Bank Indonesia Sumbar Endy Dwi Tjahjono mengatakan pihaknya mengapresiasi langkah Bank Nagari meluncurkan aplikasi mobile banking agar terus bias bersaing dengan bank nasional dan meningkatkan layanan. Dia mengatakan hampir seluruh bank umum yang beroperasi di Sumbar sudah memiliki layanan digital, sehingga sangat membantu masyarakat, lebih aman, nyaman dan efisien. “Kami terus dorong bank agar memaksimalkan non tunai, sehingga diharapkan kedepan dengan transaksi non tunai bias berkontribusi meningkatkan setengah pertumbuhan ekonomi,” bilanginya.

Dengan demikian, sumber daya pengetahuan dan inovasi menjadi saling terkait erat, karena organisasi yang mahir menciptakan dan menerapkan pengetahuan memiliki peluang yang lebih baik untuk mencegah kekakuan dan mendorong perilaku inovatif, sehingga menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Chen et al., 2010; Xu et al. , 2010).

Dalam konteks ini, *Intellectuall Capital* telah muncul sebagai konsep yang semakin penting bagi manajer dan peneliti yang tertarik untuk mengetahui bagaimana perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari inovasi melalui pemanfaatan sumber daya pengetahuan mereka (Edvinsson & Sullivan, 1996; Stewart, 1997; Diaz-Diaz , Aguiar-Diaz, dan De Saa-Perez, 2008). Konstruksi *Intellectuall Capital* sebagai sumber daya berbasis pengetahuan diilustrasikan oleh tiga komponen utama, yaitu: *Human Capital*, yang mewakili pengetahuan dan

keterampilan karyawan; *Structural Capital* , yang mewakili pengetahuan dan kemampuan sumber daya manusia ke dalam prosedur, proses, teknologi, budaya, struktur dan strategi; dan *Relational Capital*, yang meningkatkan pengetahuan dan kemampuan melalui interaksi informal antara karyawan organisasi dan hubungan dengan pihak Eksternal (Bontis, 1998; Canibano, Garcia-Ayuso, dan Sanchez, 2000; Subramaniam & Youndt, 2005).

Eksploitasi *Intellectual Capital* organisasi secara efektif diyakini dapat memfasilitasi inovasi dalam organisasi, yang dapat menghasilkan bentuk: dapat berupa produk atau layanan baru, teknologi proses / produksi baru, atau struktur baru atau sistem administrasi (Damanpour, 1991). Dengan demikian, inovasi dikategorikan ke dalam dua jenis utama, Inovasi Teknis (inovasi produk dan inovasi proses) dan inovasi administrasi.

Meskipun banyak penelitian meneliti *Intellectual Capital*, tidak ada definisi tunggal yang diadopsi secara universal. Namun demikian, sebagian besar definisi konsep memiliki aspek atau dimensi yang sama. Sebagai contoh, Stewart (1997) mendefinisikan *Intellectual Capital* sebagai paket pengetahuan yang berguna yang mencakup proses organisasi, teknologi, keterampilan karyawan, dan informasi tentang pelanggan, pemasok, dan pemangku kepentingan.

Edvinsson & Malone (1997) juga menjelaskan pentingnya mengembangkan pengetahuan organisasi sedemikian rupa sehingga menjadikannya praktis dan berorientasi bisnis jika ingin dianggap sebagai bagian dari repertoar *Intellectual Capital*. Dengan demikian, disimpulkan bahwa pengumpulan sumber daya (tidak berwujud) berbasis pengetahuan organisasi dan

alirannya, dan konversi pengetahuan yang dihasilkan menjadi keunggulan kompetitif, nilai, dan laba adalah yang membentuk inti dari *Intellectual Capital* organisasi (Harrison & Sullivan, 2000; Bontis, 2001; Wang & Chang, 2005).

Dari fenomena tersebut terbukti pengetahuan merupakan komponen esensial bisnis dan sumber daya strategis yang lebih *sustainable* (berkelanjutan) untuk memperoleh dan mempertahankan *competitive advantage*. Bahkan pengetahuan telah menjadi hal yang utama pada beberapa organisasi usaha dalam pengembangan suatu bisnis, menjadikan pengetahuan sebagai pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran *knowledge asset* (aset pengetahuan) tersebut adalah *Intellectual Capital (IC)* yang menjadi acuan dalam berbagai bidang, baik manajemen, teknologi informasi, maupun akuntansi sebagai *intangible asset*.

Sebuah tinjauan literatur yang relevan telah mengungkapkan bahwa sebagian besar studi yang berkaitan dengan *Intellectual Capital* dan Inovasi Teknis telah terjadi di sejumlah negara, terutama di Spanyol, Kanada, dan Cina (Bontis 1998, 2001, 2004; Wang & Chang, 2005; Diaz -Diaz et al., 2008; Hormiga, Canino, dan Sanchez-Medina, 2010; Santos-Rodrigues, Dorrego, dan Jardon, 2011). Oleh karena itu, melakukan studi jenis ini dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia diyakini dapat membantu menjelaskan topik yang tepat waktu ini terkait dengan menyelidiki kemungkinan efek *Intellectual Capital* pada Inovasi Teknis.

Sedangkan di Indonesia sendiri penelitian tentang pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Inovasi Teknis di perbankan masih sedikit dan tergolong langka.

Walaupun di Indonesia sendiri penelitian mengenai *Intellectual Capital (IC)* telah banyak di uji oleh beberapa penelitian Radianto (2011), Ulum (2007), Nuryaman (2015), Anggraini, Tanjung dan Kamaliah (2016) dalam penelitiannya hanya menguji hubungan *Intellectual Capital* terhadap kinerja bisnis, kinerja hubungan dan keunggulan bisnis, dan menggunakan data dari perusahaan besar terutama perbankan dan manufaktur.

Penelitian ini merupakan replikasi murni dari Al-Khalil, Dahiyat & Al-dalahmeh (2014) yang dilakukan di Jordan. Mereka menemukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *Intellectual Capital* dengan Inovasi Teknis di Perbankan. Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini bertujuan untuk mencari pengaruh *Intellectual Capital* dengan Inovasi Teknis di Perusahaan Perbankan di Sumatera Barat yang khususnya di Kota Padang. Disinilah peneliti ingin menguji pengaruh *Intellectual Capital (IC)* terhadap *Technical Inovation* (Inovasi Teknis) pada perusahaan perbankan di Sumatera Barat khususnya pada bank konvensional di Sumatera Barat.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah dimensi *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Inovasi Teknis pada perusahaan perbankan di Sumatera Barat ?
2. Apakah *Human Capital* berpengaruh terhadap Inovasi Teknis pada perusahaan perbankan di Sumatera Barat ?

3. Apakah *Structural Capital* berpengaruh terhadap Inovasi Teknis pada perusahaan perbankan di Sumatera Barat ?
4. Apakah *Relational Capital* berpengaruh terhadap Inovasi Teknis pada perusahaan perbankan di Sumatera Barat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris dan menganalisis mengenai *Intellectual Capital* adalah:

1. Pengaruh dimensi *Intellectual Capital* terhadap Inovasi Teknis pada perusahaan perbankan di Sumatera Barat.
2. Pengaruh *Human Capital* terhadap Inovasi Teknis pada perusahaan perbankan di Sumatera Barat.
3. Pengaruh *Structural Capital* terhadap Inovasi Teknis pada perusahaan perbankan di Sumatera Barat.
4. Pengaruh *Relational Capital* terhadap Inovasi Teknis pada perusahaan perbankan di Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian diatas, maka diharapkan penelitian ini memberikan manfaat diantaranya :

1. Bagi calon profesi Akuntansi, diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan mengenai pengembangan inovasi pada suatu perusahaan atau organisasi untuk lebih kompetitif kedepannya.

2. Bagi akuntan pendidik, diharapkan dapat memberikan dan mengembangkan materi atau pengetahuan tentang pengembangan inovasi dalam perusahaan atau organisasi dan pengaruh kedepannya.
3. Bagi akademik dan peneliti lainnya, dengan dilakukannya penelitian ini hasilnya diharapkan dapat memperkaya pengetahuan pada bidang *Intellectual Capital (IC)* yang memang masih dalam masa pengembangan dan menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya

1.5 Sitematika Penulisan

Bab I Pendahuluan : Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan yang dilakukan.

Bab II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis : Bab ini terdiri dari teori-teori dasar yang menjadi landasan untuk melakukan penelitian, hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian dan pengembangan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian : Bab ini menjelaskan tahapan-tahapan penelitian yaitu kerangka penelitian, model penelitian, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, metode pengujian dan evaluasi pengujian.

Bab IV Analisis Hasil dan Pembahasan : Bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

Bab V Penutup : Bab ini terdiri dari simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.