



**JEMSI:**  
**Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem**  
**Informasi**

E-ISSN: 2686-5238  
P-ISSN: 2686-4916

<https://dinastirev.org/JEMSI>    [dinasti.info@gmail.com](mailto:dinasti.info@gmail.com)    +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i4>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Pengaruh *Intellectual Capital*, Inovasi, dan Efisiensi Terhadap *Competitive Advantage*

Nur Marshella<sup>1</sup>, Rosiyana Dewi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Trisakti Jakarta, Jakarta, Indonesia, [nurmarshella5043@gmail.com](mailto:nurmarshella5043@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Trisakti Jakarta, Jakarta, Indonesia, [rosiyana@trisakti.ac.id](mailto:rosiyana@trisakti.ac.id)

Corresponding Author: [nurmarshella5043@gmail.com](mailto:nurmarshella5043@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract:** *This study discusses the factors influencing competitive advantages in the consumer non-cyclical sector, specifically in the processed food sub-industry listed on the Indonesia Stock Exchange. The sample consists of 30 companies operating in the consumer non-cyclical sector, processed food sub-industry, which were recorded on the Indonesia Stock Exchange (BEI) over five years from 2019 to 2023. The sampling technique used is purposive sampling, and the analysis method applied is panel data regression. The dependent variable in this study is competitive advantages, while the independent variables are intellectual capital, innovation, and efficiency, with financial performance and company size (size) as control variables. The results show that intellectual capital and company size (size) have a positive and significant effect on competitive advantages, while innovation and financial performance have a positive but not significant effect on competitive advantages. Meanwhile, efficiency has a negative and not significant effect on competitive advantages.*

**Keyword:** *Competitive Advantages, Efficiency, Intellectual Capital, Innovation, Panel Data Regression.*

**Abstrak:** Penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi *competitive advantages* pada industri sektor *consumer non-cyclical*, sub *industry processed food* di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan sebanyak 30 perusahaan yang bergerak dalam sektor *consumer non-cyclical*, sub *industry processed food* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama lima tahun dari 2019-2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan metode analisa yang digunakan yaitu *panel data regression*. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *competitive advantages*, sedangkan variabel independen adalah *intellectual capital*, *inovasi*, *efisiensi*, dan dengan variabel kontrol yaitu *kinerja keuangan* dan ukuran perusahaan (*size*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* dan ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantages*, dan *inovasi* serta *kinerja keuangan* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *competitive advantages*, serta *efisiensi* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *competitive advantages*.

**Kata Kunci:** *Competitive Advantages*, Efisiensi, *Intellectual Capital*, Inovasi, *Panel Data Regression*.

---

## PENDAHULUAN

Iklim ekonomi global yang semakin kompetitif menghadirkan tantangan besar bagi bisnis apalagi di era industri 4.0 sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing yang cukup untuk terus bersaing dengan perusahaan lain, terutama perusahaan sejenis. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), setiap perusahaan harus memiliki strategi yang berbeda. Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menyediakan produk dengan nilai yang lebih besar dari pesaingnya, dan nilai ini menguntungkan pelanggannya (Rotjanakorn et al., 2020).

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, sangat penting dalam memahami bagaimana perusahaan dapat mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar. Untuk dapat bersaing, suatu perusahaan dituntut untuk terus melakukan inovasi baik pada produk maupun teknologi yang digunakan, karena inovasi merupakan salah satu kunci sukses suatu usaha yaitu *cost, quality, innovation, and time*. Hal ini menuntut organisasi bisnis memiliki faktor-faktor pendukung di antaranya adalah tujuan, sumber daya, serta pilihan strategis yang tepat dan penting bagi kelangsungan hidup organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu, hilangnya salah satu dari mereka membuat kegagalan dan kehancuran organisasi ini menjadi lebih cepat dan mendesak (Atta, 2017 dalam Sameir et al., 2022). Inovasi adalah kunci untuk terus berkembang dan bertahan. Namun, inovasi bukanlah proses yang statis; itu memerlukan budaya yang mendorong kreativitas, investasi dalam penelitian dan pengembangan (*research and development*), serta kemampuan untuk mengambil risiko yang terukur. Inovasi adalah faktor utama untuk keunggulan kompetitif dan kesuksesan jangka panjang di pasar yang kompetitif karena dengan inovasi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk, layanan, atau solusi yang unik dan berbeda dari pesaing (Kuncoro et al., 2018). Hal ini dapat membuat perusahaan menonjol di pasar dan menarik pelanggan yang mencari sesuatu yang baru atau lebih baik.

Inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalami (Stevani et al., 2018). Baru-baru ini, para peneliti telah melakukan penelitian mengenai perusahaan manufaktur Yunani dan menemukan bahwa inovasi memainkan peran penting dalam mencapai keunggulan kompetitif (Chatzoglou dan Chatzoudes, 2018 dalam Ur Shafique et al., 2021).

Selain itu, keberhasilan suatu perusahaan dalam menggapai keunggulan kompetitifnya tergantung dari efisiensi dan produktivitas antar fungsi dalam perusahaan, untuk lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen dan permintaan pasar. Perusahaan yang efisien dalam mengelola sumber daya memiliki lebih banyak sumber daya yang dapat dialokasikan untuk inovasi dan penelitian. Dengan hal tersebut, dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui pengembangan produk atau layanan baru yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Setiap perusahaan berinovasi dalam meningkatkan kemampuannya, yang sejalan dengan ketersediaan informasi yang cepat dan kekuatan teknologi yang terus berkembang. Kinerja suatu organisasi dapat didefinisikan sebagai jumlah keberhasilan jangka pendeknya yang relatif terhadap beberapa standar. Tujuan tambahan dari penerapan strategi bisnis berbasis pengetahuan ini adalah untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dengan membuat produk dan layanan yang ditawarkannya lebih bernilai.

*Intellectual capital* berkontribusi dalam meningkatkan keunggulan kompetitif melalui penciptaan nilai dari sumber daya dan kapabilitas yang unik. Semakin efisien perusahaan dalam

mengelola intellectual capital, maka semakin cepat tercipta keunggulan kompetitif. Keberadaan intellectual capital dapat dipahami dalam sebuah kerangka teori yang dikenal sebagai teori berbasis sumber daya atau *resource-based theory (RBT)* yang dikembangkan oleh Barney (1991). Teori ini menyatakan bahwa sumber daya yang bersifat bernilai (*valuable*), langka (*rare*), tidak dapat ditiru (*inimitable*), dan tidak tergantikan (*non-substitutable*) atau disingkat *VRIN* menjadi aset strategis yang berkontribusi dalam menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

Fenomena intellectual capital mulai berkembang di Indonesia terutama setelah munculnya PSAK Nomor 19 tentang aktiva tidak berwujud. Menurut PSAK No. 19, aktiva tidak berwujud adalah aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif. Definisi tersebut mengandung penjelasan yaitu sumber daya tidak berwujud disebutkan seperti ilmu pengetahuan dan teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar, dan merek dagang (IAI, 2002 dalam Ulum et al., 2008).

Sumber daya manusia adalah salah satu aset tidak berwujud yang menjadi bagian penting dalam sebuah perusahaan dengan berbasis ilmu pengetahuan (*knowledge asset*), yang dapat menjadi kekayaan serta pembaruan inovasi bagi perusahaan (Febrilyantri Candra, 2020). Oleh karena itu, setiap perusahaan harus menginvestasikan aset pengetahuan (*knowledge asset*), yang populer di Indonesia disebut sebagai intellectual capital (*IC*). Intellectual capital merupakan jumlah dari apa yang dihasilkan oleh tiga elemen utama organisasi (*human capital, structural capital, and customer capital*), yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi, serta dapat memberikan nilai lebih bagi perusahaan berupa keunggulan bersaing organisasi (Sawarjuwono, 2003).

Libyanita dan Wahidahwati (2016) menemukan adanya hubungan antara modal intelektual dan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif suatu organisasi berbanding lurus dengan kualitas pengendalian internal (*IC*)-nya. Nilai *IC* yang lebih tinggi menunjukkan pengelolaan *IC* yang lebih baik. Libyanita dan Wahidahwati (2016) memberikan penjelasan yang mendalam mengenai latar belakang permasalahan, dan peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian di Indonesia dengan judul “Pengaruh *Intellectual Capital*, Inovasi, dan Efisiensi terhadap *Competitive Advantages*.”

## METODE

Penelitian ini menggunakan rancangan pengujian hipotesis untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital*, inovasi, dan efisiensi terhadap *competitive advantages*, dengan variabel kontrol kinerja keuangan dan ukuran perusahaan (*firm size*), terhadap variabel dependen keunggulan bersaing. Unit analisis yang digunakan adalah perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan memiliki laporan tahunan lengkap selama periode 2019-2023.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, independen, dan kontrol. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *competitive advantages*. *Competitive advantages* suatu perusahaan adalah ukuran seberapa baik ia mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan nilai. Kemampuan untuk secara konsisten menghasilkan laba atas investasi di atas rata-rata merupakan salah satu sumber *competitive advantages* (Porter, 1985). *Competitive advantages* diukur dengan Return on Invested Capital (ROIC) sebagaimana dikemukakan oleh Yanto dan Tarmizi (2015).

$$ROIC = \frac{NOPLAT}{IC}$$

Variabel independen mencakup *intellectual capital*, inovasi, dan efisiensi. *Intellectual capital* (IC) berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan dan terdiri dari *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. *Human capital* menurut Anisah (2016), merupakan aset utama yang mencakup keahlian, keterampilan, dan kemampuan inovasi karyawan (Saragih, 2017). *Structural capital*, sebagaimana dinyatakan oleh Putri (2018), terdiri dari sistem berbasis pengetahuan, prosedur, serta kebijakan perusahaan yang mendukung operasional bisnis (Anisah, 2016). *Customer capital* berkaitan dengan hubungan bisnis yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan, yang berkontribusi terhadap loyalitas dan keberlanjutan bisnis (Saragih, 2017; Prasetyanto, 2013).

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

Sumber: Kusuma (2015)

Selain itu, inovasi dalam penelitian ini dibedakan menjadi inovasi radikal dan inkremental, sebagaimana dikemukakan oleh Roberts et al. (2003). Inovasi radikal mendorong penciptaan produk baru, sementara inovasi inkremental berfokus pada peningkatan produk yang telah ada.

$$IRD = \frac{\text{Biaya R\&D}}{\text{Penjualan}}$$

Sumber: Wardana et al. (2018)

Efisiensi, menurut Hadad et al. (2003), merupakan kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan output dengan input yang optimal, yang berkontribusi terhadap daya saing perusahaan.

$$BOPO = \frac{\text{Biaya Oprasional}}{\text{Pendapatan Oprasional}}$$

Sumber: Junaidi (2018)

Sebagai variabel kontrol, penelitian ini menggunakan kinerja keuangan dan ukuran perusahaan (*firm size*). Kinerja keuangan diukur menggunakan ROA (Doan, 2020).

$$ROA = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Assets}}$$

Ukuran perusahaan (*firm size*) diukur berdasarkan SIZE (Aziz & Abbas, 2019).

$$SIZE = \ln \text{Total Assets}$$

Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang diperoleh melalui laporan tahunan perusahaan yang tersedia di website Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) serta situs resmi masing-masing perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan yang bergerak di sektor *consumer non-cyclical* pada sub-industri *processed foods, drug retail & distributors, supermarkets & convenience stores*, dan *liquors* yang terdaftar di BEI selama 2019-2023 serta memiliki laporan keuangan tahunan dan belum mengalami delisting untuk periode tertentu dalam mata uang rupiah (IDR). Dari 39 perusahaan, sebanyak 30 perusahaan memenuhi kriteria, sehingga total observasi adalah 150 (30 perusahaan × 5 tahun).

Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel, yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen menggunakan EViews 9.0. Statistik

deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran karakteristik data melalui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum (Ghozali, 2018). Model regresi yang diuji dalam penelitian ini meliputi *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Pemilihan model terbaik dilakukan menggunakan Uji *Chow* untuk membandingkan CEM dan FEM, serta Uji *Hausman* untuk membandingkan FEM dan REM.

Berikut adalah hipotesis dari Uji *Chow*:

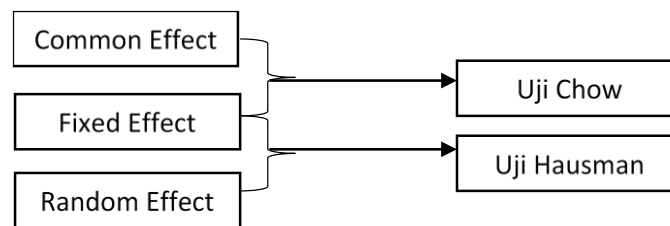
$H_0$  : Model yang tepat adalah *common effect* model.

$H_a$  : Model yang tepat adalah *fixed effect* model.

Berikut adalah hipotesis dari Uji *Hausman*:

$H_0$ : Model yang tepat adalah *Random effect*

$H_a$ : Model yang tepat adalah *Fixed effect*



**Gambar 1. Proses Pemilihan Model Dalam Data Panel**

Pengujian hipotesis dilakukan melalui Uji F, yang digunakan untuk menguji pengaruh simultan semua variabel independen terhadap *competitive advantages*, serta Uji t (Parsial), yang menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individu. Uji *Goodness of Fit* (*Adjusted R<sup>2</sup>*) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Persamaan regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$ROIC = \beta_0 + \beta_1 IC + \beta_2 Inovasi + \beta_3 Efisiensi + \beta_4 Kinerja Keuangan + \beta_5 Size + \varepsilon$$

dengan keterangan:

$ROIC$	= <i>Competitive advantages</i>
$\beta_1 IC$	= <i>Intellectual capital</i>
$\beta_2 Inovasi$	= <i>Inovasi</i>
$\beta_3 Efisiensi$	= <i>Efisiensi</i>
$\beta_4 Kinerja Keuangan$	= <i>Kinerja Keuangan</i>
$\beta_5 Size$	= <i>Ukuran Perusahaan</i>
$\varepsilon$	= <i>Error</i>

Berikut adalah hipotesis penelitiannya:

$H_0$ : Variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen

$H_a$ : Variabel independen mempengaruhi variabel dependen

Uji normalitas dilakukan menggunakan *Jarque-Bera Test*, yang menyatakan data berdistribusi normal jika nilai probabilitas *Jarque-Bera* lebih besar dari 0,05. Uji Parsial (t-test) digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap *competitive advantages*.

Berikut adalah hipotesis Uji Parsial:

$H_0$ : Variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen

$H_a$ : Variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

#### 1. Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai jumlah sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *intellectual capital*, inovasi, efisiensi, kinerja keuangan dan ukuran perusahaan (*size*).

**Tabel 1. Statistik Deskriptif**

	ROIC	IC	IRD	BOPO	ROA	SIZE
Mean	11,514796	-12,047525	0,006848	2,779542	-0,021719	22,503348
Median	8,972670	-11,356000	0,009824	0,467658	0,061238	27,100523
Maximum	265,492137	1,829100	0,013601	175,277679	1,299670	33,265707
Minimum	-44,699810	-30,606800	-0,000068	0,059804	-7,681574	5,468739
Std. Dev.	30,208172	8,458057	0,005847	14,423323	0,768384	8,137076

Sumber: Data diolah Eviews, 2024

Berdasarkan Tabel 1, dari hasil analisis deskriptif tersebut dengan jumlah data observasi dalam penelitian (N) adalah 150 pengamatan dan periode selama 5 tahun. Berikut adalah hasil dari tabel 1:

#### 2. *Competitive advantages*

Dapat dilihat hasil dari analisis deskriptif memiliki standar deviasi sebesar 30,2082. Rata-rata (*mean*) perusahaan industri sektor *consumer non-cyclical, sub industry processed foods, drug retail & distributors, supermarkets & convenience store dan liquors* yang terdaftar pada tahun 2019-2023 sebesar 1,1515. Perusahaan yang memiliki nilai terendah (*minimum*) *competitive advantages* adalah PT. Sentra Food Indonesia Tbk di tahun 2023 dan Indofood Sukses Makmur Tbk di tahun 2023 sebesar -44,6998. Perusahaan yang memiliki nilai tertinggi (*maximum*) adalah PT. Fks Food Sejahtera Tbk di tahun 2020 sebesar 265,4921.

#### 3. *Intellectual capital*

Hasil analisis pada variabel independen ini menggunakan statistic deskriptif menunjukkan nilai minimum *intellectual capital* sebesar -30.6070 dan nilai maksimum sebesar 1.82900. Nilai rata-rata yang lebih rendah dibandingkan nilai standar deviasi pada variabel ini mengartikan bahwa nilai rata-rata dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data. Nilai rata-rata sebesar -13.66419.

#### 4. Inovasi

Hasil analisis pada variabel independen ini menggunakan statistic deskriptif menunjukkan nilai minimum inovasi sebesar -6.80E-05 dan nilai maksimum sebesar 0.013601. Nilai rata-rata yang lebih rendah dibandingkan nilai standar deviasi pada variabel ini mengartikan bahwa nilai rata-rata dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data. Nilai rata-rata sebesar 0.008870.

#### 5. Efisiensi

Hasil analisis pada variabel independen ini menggunakan statistic deskriptif menunjukkan nilai minimum efisiensi sebesar -19.64000 dan nilai maksimum sebesar 14.76800. Nilai rata-rata yang lebih rendah dibandingkan nilai standar deviasi pada variabel ini mengartikan bahwa nilai rata-rata dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data. Nilai rata-rata sebesar 1.446315.

### 6. Kinerja Keuangan

Hasil analisis pada variabel independen ini menggunakan statistic deksriptif menunjukkan nilai minimum kinerja keuangan sebesar -0.517000 dan nilai maksimum sebesar 0.944000. Nilai rata-rata yang lebih rendah dibandingkan nilai standar deviasi pada variabel ini mengartikan bahwa nilai rata-rata dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data. Nilai rata-rata sebesar 0.05117.

### 7. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Hasil analisis pada variabel independen ini menggunakan statistic deksriptif menunjukkan nilai minimum *size* sebesar 10.83900 dan nilai maksimum sebesar 18.59700. Nilai rata-rata yang lebih rendah dibandingkan nilai standar deviasi pada variabel ini mengartikan bahwa nilai rata-rata dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data. Nilai rata-rata sebesar 14.59606.

### 8. Uji Model Regresi Data Panel

Untuk menentukan dan mengetahui model mana yang terpilih, maka perlu dilakukan beberapa pengujian terlebih dahulu. Pengujian yang dilakukan sebelum mengetahui model yang terpilih ini adalah uji chow atau yang sering juga disebut uji likelihood, uji hausman, serta uji lagrange multiplier, akan tetapi sebelum melakukan pengujian-pengujian tersebut masih harus memiliki syarat untuk pengambilan keputusan ( $H_0$ ) terlebih dahulu. Syarat untuk pengambilan keputusan ini adalah dimana jika melakukan uji chow dan yang terpilih adalah model FEM, maka selanjutnya akan dilakukan uji hausman.

### 9. Uji *chow test*

Uji Chow merupakan uji pemilihan model data panel yang pertama dilakukan, Uji Chow atau disebut juga sebagai Uji Likelihood digunakan untuk penentuan dan pemilihan estimasi model regresi data panel yang terbaik antara dua jenis model, yaitu Common Effect Model (CEM) atau Fixed Effect Model (FEM). Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05, kriteria model terpilih dapat dilihat dari hipotesis yang diterima ataupun ditolak. Hipotesis yang digunakan dalam uji chow adalah:

Ho: *Common Effect Model* terpilih

H1: *Fixed Effect Model* terpilih

**Tabel 2. Hasil Uji Chow Test**

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.632805	(25,80)	0.0524
Cross-section Chi-square	45.762670	25	0.0068

Sumber: Data diolah Eviews, 2024

Berdasarkan hasil uji chow pada tabel 2, nilai dari probability untuk cross section F sebesar  $0,0524 > 0,05$  maka hasil uji chow menyatakan  $H_0$  gagal ditolak. Dapat disimpulkan bahwa model yang lebih baik dan terpilih adalah *Fixed Effect Model*. Uji pemilihan estimasi model data panel dilanjutkan dengan uji Hausman untuk menguji model terbaik diantara dua model, yaitu *Fixed Effect Model* dengan *Random Effect Model*.

### 10. Uji *Hausman Test*

Uji Hausman adalah uji yang dilakukan untuk menentukan apakah *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Random Effect Model* (REM) yang merupakan model terbaik dan terpilih. Uji

Hausman dilakukan setelah  $H_0$  dari uji chow ditolak atau *Fixed Effect Model* terpilih sebagai model terbaik dalam uji chow. Hipotesis yang digunakan dalam uji hausman terkait estimasi model yang terpilih adalah sebagai berikut.

$H_0$ : *Random Effect Model* terpilih

$H_1$ : *Fixed Effect Model* terpilih

**Tabel 3. Hasil Uji Hausman Test**

	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	14.778217	5	0.0114

Sumber: Data diolah Eviews, 2024

Berdasarkan uji hausman pada tabel 3, dapat terlihat bahwa nilai dari probabilitas cross-section random uji hausman test ini menunjukkan sebesar 0,0114 artinya nilai ini menunjukkan bahwa nilai dari probabilitas cross-section random kurang dari 0,05.

### 11. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah data tersebut terdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas dilihat dari nilai jarque-bera dengan tingkat keyakinan minimal sebesar 0,05. Data dikatakan terdistribusi normal apabila data tersebut memiliki nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 ( $> 0,05$ ). Jika data tersebut memiliki nilai lebih kecil dari 0,05 ( $< 0,05$ )

**Tabel 4. Hasil Long Run Normality Test**

	Statistic	Prob.
Skewness	0.898352	0.184499
Skewness 3/5	1.929.978	0.026805
Kurtosis	1.087.122	0.138491
Normality	5.344.955	0.069081

Sumber: Data diolah Eviews, 2024

### 12. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada terjadinya korelasi yang tinggi terhadap antar variabel bebas. Jika menemukan suatu masalah pada multikolinearitas dalam model regresi, artinya salah satu dari variabel bebas yang memiliki korelasi tinggi harus dikeluarkan. Hal ini untuk menghindari terjadinya suatu masalah multikolinearitas. Untuk melihat terjadinya suatu multikolinearitas dapat dilihat dari nilai antar variabel independen dengan menggunakan matriks korelasi. Jika matriks korelasi berisi nilai koefisien lebih kecil dari 0,80 ( $< 0,80$ ), artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas, tetapi sebaliknya jika matriks korelasi berisi nilai koefisien lebih besar dari 0,80 ( $> 0,80$ ), maka artinya terjadi masalah multikolinearitas. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, adapun nilai korelasi antar variabel dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

	IC	IRD	BOPO	ROA	SIZE
IC	1.000000	-0.178039	-0.131844	-0.134813	-0.315338
IRD	-0.178039	1.000000	0.223842	0.197095	0.030140
BOPO	-0.131844	0.223842	1.000000	0.144407	0.052057
ROA	-0.134813	0.197095	0.144407	1.000000	0.253636
SIZE	-0.315338	0.030140	0.052057	0.253636	1.000000

Sumber: Data diolah Eviews, 2024



Berdasarkan tabel 5 yang telah disajikan, hasil dari pengujian multikolinearitas dengan matriks korelasi antar variabel independen mempunyai nilai koefisien  $< 0.8$ , demikian, dapat disimpulkan bahwa antara IC, IRD, BOPO, ROA dan Size tidak memiliki masalah multikolinieritas.

### 13. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji asumsi yang bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual terhadap pengamatan lainnya dalam model regresi. Pada penelitian ini, uji yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji breusch-pagan godfrey. Ketentuan untuk kriteria yang digunakan dalam uji breusch-pagan godfrey untuk mendeteksi suatu masalah pada heteroskedastisitas dapat dilihat dari probability value chi-square dari Obs\*R-Squared.

**Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Heteroskedasticity Test: ARCH			
F-statistic	0.001675	Prob. F (1,100)	0.9674
Obs*R-squared	0.001708	Prob. Chi-Square (1)	0.9670

Sumber: Data diolah Eviews, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan dari tabel 6, dapat dilihat bahwa hasil uji heteroskedastisitas dari uji breusch-pagan godfrey dengan nilai probabilitas chisquare dari Obs\*R-Squared adalah sebesar 0,9670.

### 14. Uji Hipotesis

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) mempunyai tujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi yaitu nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<i>Adjusted R-squared</i>	0.534312
---------------------------	----------

Sumber: Data diolah Eviews, 2024

Berdasarkan pada tabel 7, hasil uji koefisien determinasi pada model regresi menunjukkan nilai sebesar 0,5343 yang mengacu pada nilai adjusted  $R^2$ .

### 15. Uji Signifikansi Simultan (*F-Test*)

Uji F mempunyai manfaat untuk melihat apakah variabel independent yang ada didalam model regresi secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar  $< 0,05$ . Berikut adalah table 8 yang menunjukkan hasil pengujian:

**Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Simultan (*F-Test*)**

<i>F-statistic</i>	26.24195
<i>Prob (F-statistic)</i>	0.000000

Sumber: Data diolah Eviews, 2024

Berdasarkan Tabel 8 hasil pengolahan dari uji signifikansi simultan menunjukkan bahwa nilai *probability (F-statistic)* adalah sebesar 0,0000. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000, maka nilai dari signifikansi kurang dari 0,05 (<0,05).

16. Uji T (Uji Individu)

Uji T bertujuan menguji koefisien regresi dari setiap variabel independen terhadap *intellectual capital*, inovasi, efisiensi, kinerja keuangan dan ukuran perusahaan (*size*) terhadap variabel dependen *competitive advantages* pada pada perusahaan industri sektor *consumer non-cyclical* dengan pengukuran ROIC.

Kriteria pengambilan keputusan: (1) Jika sig. probabilitas  $t > 0.05$  maka  $H_0$  diterima; dan (2) Jika sig. probabilitas  $t < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak.

Hasil uji t dari variabel-variabel yang digunakan sebagai berikut :

**Tabel 9. Hasil Uji Signifikansi Parsial (T-Test)**

Variabel Independen	Variabel Dependen				
	Prediksi Arah	Koefisien	Sig 2-Tailed	Sig 1-Tailed	Kesimpulan
Konstanta		-3.957029	0.8114		-
<i>Intellectual capital</i>	+	0.447961	0.0508	0.0254	Signifikan
<i>Inovasi</i>	+	-392.1997	0.2988	0.1494	Tidak Signifikan
<i>Efisiensi</i>	+	-0.146360	0.7588	0.3794	Tidak Signifikan
<i>Kinerja Keuangan</i>	+	143.3906	0.0000	0	Signifikan
<i>Size</i>	+	1.103842	0.3374	0.1687	Tidak Signifikan

Sumber: Data diolah Eviews, 2024

Berdasarkan pada tabel 9, maka model regresi yang diperoleh yaitu:

$$ROIC = -3.957029 + 0.447961 IC + -392.1997 INO + -0.146360 EFI + 143.3906 KK + 1.103842SIZE + e$$

- a.  $\beta_0$  = nilai konstanta -3.957029  
Hal ini menunjukkan bahwa jika nilai *intellectual capital*, inovasi, efisiensi, kinerja keuangan dan size adalah nol (0), maka nilai *Competitive advantages* akan mengalami penurunan sebesar -3.957029.
- b.  $\beta_1IC$  = koefisiensi regresi variabel *intellectual capital* adalah 0.447961  
Hasil ini menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap dan *intellectual capital* meningkat sebesar 1%, maka nilai *competitive advantages* akan mengalami peningkatan sebesar 0.447961.
- c.  $\beta_2INO$  = koefisiensi regresi variabel inovasi adalah -392.1997  
Hasil ini menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap dan inovasi meningkat sebesar 1%, maka nilai *competitive advantages* akan mengalami penurunan sebesar -392.1997.
- d.  $\beta_3EFI$  = koefisiensi regresi variabel efisiensi adalah -0.146360  
Hasil ini menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap dan efisiensi meningkat sebesar 1%, nilai *competitive advantages* akan mengalami penurunan sebesar -0.146360.
- e.  $\beta_4KK$  = koefisiensi regresi variabel kinerja keuangan adalah 143.3906

Hasil ini menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap dan kinerja keuangan meningkat sebesar 1%, nilai *competitive advantages* akan mengalami peningkatan sebesar 143.3906.

- f.  $\beta_5$ SIZE = koefisiensi regresi variabel *size* adalah 1.103842

Hasil ini menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya tetap dan *size* menurun sebesar 1%, nilai *competitive advantages* akan mengalami penurunan sebesar 1.103842.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan hasil Uji T, maka dapat dijelaskan pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. H<sub>1</sub>: *Intellectual capital* Berpengaruh positif terhadap *competitive advantages*

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *intellectual capital* terhadap *competitive advantages* pada perusahaan industri sektor *consumer non-cyclical* di Indonesia. Hasil ini menjelaskan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Achmad (2022), Widyaningdyah (2013) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *competitive advantages*. Namun, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayati dan Susilo (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

2. H<sub>2</sub>: *Inovasi* tidak berpengaruh terhadap *competitive advantages*

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara *inovasi* terhadap *competitive advantages* pada Perusahaan industri sektor *consumer non-cyclical* di Indonesia. Hasil ini menjelaskan bahwa penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyagoca dkk (2021) dan Novitasari dkk (2021) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa inovasi produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Roberts et al. (2003) menyatakan inovasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu secara radikal dan incremental.

3. H<sub>3</sub>: *Efisiensi* tidak berpengaruh terhadap *competitive advantages*

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara efisiensi terhadap *competitive advantages* pada perusahaan *consumer non-cyclical* di Indonesia. Hasil ini menjelaskan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pranjoto (2018) hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan efisiensi terhadap keunggulan bersaing. Kemampuan untuk mendapatkan hasil output secara maksimal dengan input yang ada atau dengan mendapatkan tingkat input yang sangat minim untuk menghasilkan tingkat output tertentu merupakan pengertian dari efisiensi. (Hadad et al., 2003).

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *intellectual capital*, inovasi, efisiensi, kinerja keuangan dan ukuran perusahaan (*size*) terhadap *competitive advantages*. Penelitian ini menggunakan 30 perusahaan pada Perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil keputusan sebagai berikut adalah *Intellectual capital* memiliki pengaruh positif terhadap *competitive advantages*, Inovasi tidak berpengaruh terhadap *competitive advantages*. Efisiensi tidak berpengaruh terhadap *competitive advantages*.

## REFERENSI

- Novitasari, D., Muniroh, L., Eldine, A., & Maulana, H. (2021). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 194–201.
- Persada, D. G., & Kusumawardhani. A. (2021). Analisis Modal Intelektual, Customer Relationship Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Guna Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Jasa Fotografi. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6). <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntaxliterate/article/view/3131/2172>
- Pratama, Y. H., & Achmad, T. (2019). Analisis Pengaruh Modal Intelektual dan Nilai Perusahaan terhadap Kinerja Perbankan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2), 1–11. <https://media.neliti.com/media/publications/245070-pengaruh-intellectual-capital-terhadap-k-22079648.pdf>
- Widyagoca, I. G. P. A., Wijyanthi, N. P. P. A., Sukantra, I. W., & Pratama, O. S. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Competitive Advantage Pada Usaha Balinese Arak Keras Cocktail Di Kabupaten Badung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 232–245. [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v7i2.798](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.798)
- Widyaningdyah, A. U., & Aryani, Y. A. (2013). *Intellectual capital* dan Keunggulan Kompetitif (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur versi Jakarta Stock Industrial Classification-JASICA). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/jak.15.1.1-14>