

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis mencari informasi dari penelitian – penelitian sebelumnya sebagai referensi. Selain itu, penulis juga mencari informasi melalui buku – buku serta jurnal nasional dan jurnal internasional yang berkaitan dengan teori pada judul yang digunakan sebagai landasan teori ilmiah.

2.1.1 Modal Intelektual

2.1.1.1 Pengertian Modal Intelektual

Modal intelektual merupakan asset strategis yang berbasis pada pengetahuan yang relevan dalam mengasillkan kinerja (Hasan & Miah, 2018) menjaga efesiensi dan produktifitas perusahaan (Mohapatra et al., 2019). Modal intelektual telah menjadi bagian inti dari perusahaan untuk berjuang dalam segala kondisi serta menghasilkan keuntungan jangka panjang (Hasan & Miah, 2018; Leon, 2021). Pengelolaan sumber daya internall perusahaan merupakan upaya strategis dalam menghasilkan keunggulan bersaing. Perusahaan akan unggul apabila memiliki sumber daya yang unggul.

Modal intelektual merupakan sumber daya yang berbasis pada pengetahuan (Gama et al., 2020). Modal intelektual adalah pengetahuan yang dimiliki para pekerja dan juga organisasi dengan pengetahuan yang dimiliki organisasi dapat bereaksi lebih cepat dari pesaing, dan belajar dari hubungan organisasi dengan pelanggan (Prima, 2018). Pengetahuan merupakan sumber daya

tidak terwujud. Pengetahuan merupakan modal yang menjadi dasar dalam modal intelektual. Pengetahuan merupakan sumber daya yang sulit ditiru sehingga dapat digunakan untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Modal intelektual merupakan suatu asset tidak berwujud dengan kemampuan memberi nilai kepada perusahaan dan masyarakat meliputi paten, hak atas kekayaan intelektual, hak cipta, dan waralaba (Isa, 2018; Tarigann & Septiani, 2017). Menurut (Ridwan, 2017) modal intelektual merupakan pengetahuan yang memberikan informasi tentang nilai tak berwujud perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Modal intelektual juga diartikan oleh (Hery, 2014) dalam bukunya adalah sebagai kepemilikan pengalaman, pengetahuan, dan keahlian professional, hubungan yang baik, dan kapasitas teknologi, yang dimana jika diterapkan akan memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi.

Dari uraian diatas, penulis dapat menyimpulkan modal intelektual adalah segala sesuatu yang tidak dapat kita pegang dalam bentuk fisik, tetapi memiliki nilai besar karena dapat digunakan untuk menciptakan produk, layanan, atau solusi yang unik. Ini melibatkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang – orang dalam organisasi ataupun perusahaan, cara mereka bekerja sama, dan semua kecerdasan yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan tersebut.

2.1.1.2 Faktor Modal Intelektual

Faktor terkait modal intelektual yaitu:

- a. Pengetahuan Karyawan, Menurut Yuniarsih dan Suwatno (2013) dalam jurnal (Suriati et al., 2021) menyatakan bahwa pengetahuan adalah suatu informasi yang dimiliki seseorang khususnya pada bidang spesifik.

- b. Inovasi Produk, Menurut Drucker (2012) dalam jurnal (Tanuwijaya et al., 2022), inovasi merupakan suatu alat bantu bagi pengusaha untuk memanfaatkan perubahan menjadi sebuah peluang ataupun kesempatan untuk menjalankan bisnis yang lain. Inovasi dapat muncul dari berbagai macam lini bisnis, tidak terkecuali dalam dunia minuman kopi.

2.1.1.3 Indikator Modal Intelektual

Modal intelektual mencakup kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan dan nilai tambah. Menurut (Dewi & Dewi, 2020) modal intelektual dinyatakan sebagai hasil dari tiga elemen utama sebuah organisasi yaitu:

- a. Human Capital, yang mewakili kemampuan yang dimiliki perusahaan sehingga dapat menciptakan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh setiap karyawan yang berkompeten.
- b. Structural Capital, diartikan sebagai kemampuan menjalankan operasi bisnis dan struktur organisasi yang memungkinkan pegawai memberikan kinerja intelektual terbaik.
- c. Capital Employed, kemampuan modal fisik dan finansial secara efisiensi untuk menghasilkan nilai tambah bagi sebuah perusahaan.

2.1.2 Keunggulan Bersaing

2.1.2.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut (Dalimunthe, 2017) keunggulan bersaing adalah kemampuan usaha menciptakan keunggulan kompetitif agar bersaing dengan kompetitor. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Arbawa & Wardoyo, 2018) Strategi Porter yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung kinerja bisnis untuk

menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya.

Menurut (Dewi & Seminari, 2017) keunggulan bersaing adalah nilai pada sebuah perusahaan dari hasil penerapan strateginya sehingga perusahaan tersebut memiliki nilai lebih dibanding dengan pesaingnya. Sedangkan menurut (Ratna Priyanti, 2015) keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing pasar dalam industri yang serupa.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2014:311) keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih tinggi. Seperti yang dikatakan oleh (Sunyoto, 2015:1) keunggulan bersaing adalah kapasitas organisasi untuk memisahkan item yang dikirirkan dalam persaingan untuk mendapatkan keunggulan.

Dari uraian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing ini adalah hal yang membuat suatu perusahaan lebih baik atau lebih menarik dibandingkan pesaingnya. Keunggulan bersaing sangat penting bagi dunia bisnis karena membantu perusahaan untuk mencapai target pasar dan mendapatkan lebih banyak pelanggan.

2.1.2.2 Faktor Keunggulan Bersaing

Menurut (Russel & Millar, 2014) terdapat lima faktor keunggulan bersaing yaitu:

- a. *Cost* (Biaya), suatu bentuk pengorbanan terhadap sumber ekonomi yang dinyatakan dalam satuan uang, di mana hal tersebut sudah terjadi atau

mungkin akan terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa.

- b. *Quality* (Mutu)), hasil pekerjaan yang dapat menunjukkan kualitas kerja seseorang.
- c. *Delivery* (Pengiriman), layanan dalam perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- d. *Innovation* (Inovasi), pengembangan dan penerapan gagasan baru, metode, produk, layanan, atau proses yang membawa perubahan signifikan dalam suatu perusahaan.

2.1.2.3 Indikator Keunggulan Bersaing

(Siti Hajar dan Iputu Gde, 2016) menyatakan terdapat lima indikator, diantaranya sebagai berikut:

- a. Harga bersaing, adalah harga jual eceran yang rendah, baik sedikit atau banyak, dibandingkan harga jual eceran dari rata – rata pesaing.
- b. Eksplorasi peluang, adalah mengidentifikasi peluang dengan cara – cara yang baru untuk mengembangkan sumber daya yang ada.
- c. Pertahanan ancaman bersaing, adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman bersaing untuk keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan.
- d. Hubungan pelanggan, adalah hubungan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan lebih baik dari pesaing dengan harapan pelanggan loyal.

2.1.3 Kinerja Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Perusahaan

Pengukuran kinerja perusahaan menjadi hal yang sangat penting bagi manajemen perusahaan dalam melakukan evaluasi terhadap kualitas perusahaan. Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu yang merupakan hasil atau prestasi kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki (Galib dan Hidayat, 2018). Perusahaan akan dinilai memiliki kinerja yang baik apabila perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya.

Selain itu, (Haidiputri & Cahyanty, 2019) mengemukakan bahwa pengukuran kinerja perusahaan memerlukan sistem pengukuran kinerja yang tidak hanya mengukur aspek keuangan tetapi juga mempertimbangkan aspek non keuangan. Pengukuran kinerja perusahaan bagi sebuah usaha sangatlah penting, karena dengan mengukur kinerja keuangan maupun non keuangan manajemen perusahaan dapat menentukan langkah tepat dalam usahanya. Pengukuran kinerja perusahaan dapat digunakan untuk meningkatkan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain (Akbar et al., 2021).

Kinerja perusahaan merupakan suatu penggambaran dari keseluruhan aktivitas mengenai kondisi keuangan perusahaan yang dapat dianalisis dengan alat – alat analisis keuangan, sehingga dapat mengetahui baik dan buruknya keadaan keuangan yang dapat mencerminkan prestasi kerja perusahaan dalam periode tertentu (Marlianita & Asiah, 2021). Kinerja merupakan suatu hasil dalam melaksanakan tugas, dimana sasaran dan tujuan yang diinginkan dapat tercapai

sesuai dengan kemampuan yang dimiliki individu dalam suatu perusahaan (Maharani et al., 2021). Oleh karena itu, agar mempunyai kinerja yang baik, seseorang harus mempunyai keinginan yang tinggi untuk mengerjakan serta mengetahui pekerjaannya.

Dari uraian diatas, penulis dapat menyimpulkan kinerja perusahaan adalah ukuran seberapa baik suatu bisnis berjalan atau berhasil mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Ini mencakup bagaimana perusahaan menghasilkan keuntungan, menanggapi permintaan pelanggan, mengelola sumber daya secara efisien. Dengan kata lain, kinerja perusahaan memberi gambaran tentang seberapa baik suatu bisnis berfungsi dan mencapai hasil yang diinginkan.

2.1.3.2 Faktor Kinerja Perusahaan

a. Rasio Keuangan dan Kinerja Finansial

Teori Rasio Keuangan: Analisis rasio keuangan seperti ROA (Return on Assets), ROE (Return on Equity), dan net profit margin dapat memberikan gambaran kinerja finansial Perusahaan (Theodoridis & Kraemer, 2017).

Penerapan di Industri Coffee Shop: Coffee shop dapat mengukur kinerja finansialnya melalui analisis rasio keuangan untuk menilai efisiensi operasional dan profitabilitas.

b. Kepuasan Pelanggan dan Royalti

Teori Kepuasan Pelanggan: Kepuasan pelanggan secara positif terkait dengan kinerja perusahaan (Richard, 2015).

Penerapan di Industri Coffee Shop: Strategi yang fokus pada pengalaman pelanggan, kualitas produk, dan pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang kemudian berkontribusi pada kinerja perusahaan.

c. Efisien Operasional

Teori Efisiensi Operasional: Penerapan praktik manajemen operasional yang efisien dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja keseluruhan.

Penerapan di Industri Coffee Shop: Penerapan sistem (Guest, 2014) manajemen inventaris yang efisien, proses operasional yang terotomatisasi, dan manajemen rantai pasok yang baik dapat meningkatkan efisiensi operasional.

d. Inovasi Produk dan Proses

Teori Inovasi: Kinerja perusahaan dapat ditingkatkan melalui inovasi produk dan proses (Rogers, 2016).

Penerapan di Industri Coffee Shop: Pengembangan menu baru, teknologi pembuatan kopi yang inovatif, dan desain interior yang kreatif dapat memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan.

e. Pengolaan Sumber Daya Manusia

Teori Manajemen Sumber Daya Manusia: Kinerja perusahaan dapat dipengaruhi oleh kebijakan dan praktik manajemen SDM yang efektif (Bessant & Tidd, 2014).

Penerapan di Industri Coffee Shop: Pelatihan karyawan, motivasi, dan manajemen tim yang baik dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja keseluruhan perusahaan.

2.1.3.3 Indikator Kinerja Perusahaan

Dalam buku Sopiah, Sangadji (2018:351) mengutip Robbins (2006) yang menegaskan ada enam metrik kinerja, yaitu:

1. Kualitas. Kualitas kerja dinilai berdasarkan penilaian pimpinan terhadap pekerjaan yang dihasilkan, serta tingkat keunggulan tugas yang dilaksanakan, dengan mempertimbangkan bakat dan kemampuan pegawai.
2. Kuantitas mengacu pada jumlah total sesuatu yang diproduksi, biasanya diukur dalam satuan atau jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.
3. Ketepatan waktu mengacu pada sejauh mana aktivitas kerja diselesaikan dalam kriteria waktu yang telah ditentukan untuk menyelesaikan penyelesaian pekerjaan.
4. Efisiensi mengacu pada sejauh mana sumber daya organisasi (seperti energi, uang, teknologi, dan bahan mentah) digunakan untuk memaksimalkan hasil dari setiap unit sumber daya yang digunakan.
5. Independensi mengacu pada sejauh mana seorang individu akan memiliki kemampuan untuk melaksanakan tugas pekerjaannya, memenuhi kewajiban kerja dengan instansi, dan memenuhi tanggung jawabnya sebagai pegawai terhadap organisasi di masa depan.

Indikator Kinerja Daya Saing.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Laila Sugiarta* , Rini Lestari (2023) Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia. (Sugiarta & Lestari, 2023)	Pengukuran Intellectual Capital di UMKM Coffee Shop Kota Bandung	Modal intelektual bersifat positif terhadap UMKM coffee shop di Kota Bandung	Intelektual sebagai variable independen	Menggunakan satu variabel
2	Andreas Adri Yudanto1 , Henny Welsa2 , Gendro Wiyono3 Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika Volume 18 No. 2 September 2020 P-ISSN 1411-8637 E- ISSN 2550-1178 (Yudanto et al., 2020)	Analisis Competitive Advantage Bisnis Coffee-Shop Di Kabupaten Sleman	Keunggulan bersaing menjadi faktor penting untuk survive dan profit di ketatnya persaingan	Menggunakan variabel keunggulan bersaing sebagai variabel dependen	Unit analisis dilakukan di coffee shop Kabupaten Sleman
3	Natalia Sutanto, I Gede Siswantaya ISSN 0852-1875	Pengaruh Modal Intelektual	Modal intelektual berpengaruh	Menggunakan variabel modal	Penelitian dilakukan terhadap

	MODUS Vol.26 (1): 1-17, 2014	terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdatar di Bursa Efek Indonesia	positif terhadap kinerja perusahaan	intelektual sebagai variabel independen	perusahaan perbankan
4	Nur Naningsih1 , Syamsul Alam2 , Dewi Pratiwi Indriasari3 1,2 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar 2 Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, Makassar Volume 5 Issue 2 (2022) Pages 479 - 490 YUME: Journal of Management ISSN : 2614-851X (Online)	Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing	Hasil penelitian menyatakan bahwa keunggulan bersaing, digital marketing terhadap kinerja pemasaran memiliki nilai signifikan.	Metode penelitian menggunakan analisis jalur (path analysis)	Menggunakan dua variabel berbeda

5	<p>Veranita Br Tarigan1), Paulus Theodorus Basuki Hadiprajitno2) Program Studi Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro p-ISSN 2526-4440e- ISSN 2086-3748 p-ISSN 2526-4440e- ISSN 2086-3748Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)Volume 13 Nomor 2, November2022</p>	<p>Pengaruh Modal Intelektual dan Modal Kerja terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Perusahaan sebagai Variabel Intervening</p>	<p>Variabel modal intelektual berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan</p>	<p>Menggunakan variabel modal intelektual sebagai variabel independen dan variabel kinerja perusahaan sebagai variabel intervening</p>	<p>Unit analisis dilakukan pada industri manufaktur</p>
6	<p>Sigit HERMAWAN, Wiwit HARIYANTO, Sarwendah BIDURI, Journal of Management Systems p-ISSN 1582-2559; e- ISSN 2668-4861; ISSN-L 2668-4861 Vol. 21, No. 175/ April 2020</p>	<p>Intellectual Capital, Business Performance, and Competitive Advantage: An Empirical Study for the Pharmaceutic al Companies</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan kajian mengenai pengaruh modal intelektual terhadap Kinerja Bisnis</p>	<p>Menggunakan dua variabel yang sama yaitu modal intelektual dan keunggulan bersaing</p>	<p>Metode penelitian menggunakan analisis regresi</p>

			dan Keunggulan Kompetitif industri farmasi di Jawa Timur		
7	Aprilyani Rambe, P.; Maksum, A.; Erlina. and Zulkarnain. (2024). Intellectual Capital as Sustainable Competitive Advantage in Business Performance. In Proceedings of the 2nd Maritime, Economics and Business International Conference - MEBIC; ISBN 978-989-758-704-7, SciTePress, pages 167- 177. DOI: 10.5220/00126498000037 98	Intellectual capital as Sustainable Competitive Advantage in Business Performance	Investasi dalam modal intelektual menghasilkan keunggulan kompetitif yang lebih besar, yang mempengaruh i keberhasilan suatu organisasi.	Menggunak an metode Partial Least Square (PLS) untuk analisis data	Menggunak an variabel lain yaitu Kinerja Bisnis
8	Ni Nengah Seri Ekayani1 , Ni Ketut Sariyani2 , Ni Nyoman Suriani	The Effect of Intellectual Capital on Financial Performance	UMKM lebih sering melakukan survei tentang pelanggan dan	Menggunak an variabel Keunggulan Bersaing sebagai	Unit analisis UMKM di Bali

	<p>Journal of Economics, Finance and Management Studies ISSN (print): 2644-0490, ISSN (online): 2644-0504 Volume 5 Issue 07 July 2022 Article DOI: 10.47191/jefms/v5-i7-25, Impact Factor: 6.274 Page No. 2041-2049</p>	<p>with Competitive Advantage as an Intervening Variable</p>	<p>kompetitor dalam rangka meningkatkan produk inovasi dan inovasi pemasaran</p>	<p>Variabel Intervening</p>	
9	<p>Chih-Hsing (Sam) Liu Department of Tourism Management, National Kaohsiung University of Science and Technology, Kaohsiung, Taiwan Management Decision © Emerald Publishing Limited 10 November 2020 0025-1747 DOI 10.1108/MD-02- 2020-0191</p>	<p>Creating competitive advantage through network ties, entrepreneuri al orientation and intellectual capital</p>	<p>Tujuan lain dari Penelitian ini untuk mengidentifik asi mekanisme yang berbeda dari ikatan jaringan untuk mengeksplora si keterkaitan antara modal organisasi dan keunggulan</p>	<p>Menggunak an variabel keunggulan bersaing dan variabel modal intelektual</p>	<p>Memakai analisis regresi</p>

			kompetitif dalam konteks Taiwan dan Cina		
10	Mulyasari, W., & Murwaningsari, E. (2019). Intellectual Capital, Competitive Advantage, Financial Performance And Company Value Among Banking Industries In Indonesia. <i>Advances in Social Sciences Research Journal</i> , 6(4)78-89. Advances in Social Sciences Research Journal –Vol.6, No.4 Publication Date: Apr. 25, 2019 DoI: 10.14738/assrj.6 419.	Intellectual Capital, Competitive Advantage, Financial Performance And Company Value Among Banking Industries In Indonesia	Modal intelektual memberikan nilai tambah bagi perusahaan, yang mendorong proses produksi dan daya saing.	Mengunaka n path analisis	Unit analisis pada industri perbankan di Indonesia

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara modal intelektual dan kinerja perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing di industri *coffee shop*, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui analisis jalur. Dengan kinerja perusahaan sebagai variabel intervening, penelitian ini menyelidiki bagaimana modal intelektual mempengaruhi keunggulan bersaing *coffee shop* di kawasan Dago. Aset tidak berwujud yang penting bagi keberhasilan bisnis industri kreatif seperti *coffee shop* adalah modal intelektual, yang terdiri dari *human capital* yang mencakup keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman karyawan yang dapat meningkatkan inovasi dan kualitas pelayanan, *structural capital* yang mencakup budaya organisasi, proses internal, dan teknologi yang mendukung operasi yang efisien dan inovatif, dan *capital employed* yang mencakup sumber daya keuangan yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan operasinya dan menghasilkan pendapatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ketiga indikator ini secara sinergis berkontribusi terhadap peningkatan kinerja organisasi.

Dengan mengukur dan menganalisis setiap komponen modal intelektual, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan modal intelektualnya secara maksimal untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Studi ini juga menekankan interaksi antara *human capital*, *structural capital*, dan *capital employed* yang dikerahkan dalam penciptaan nilai perusahaan dan implikasi strategisnya dalam pengelolaan sumber daya.

Keunggulan bersaing didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menawarkan nilai yang superior dibandingkan pesaing, melalui diferensiasi produk,

inovasi dan kualitas layanan yang tinggi. Keunggulan bersaing dalam industri kedai kopi yang terus berkembang dan kompetitif. Keunggulan bersaing menggunakan empat indikator utama antara lain harga bersaing, eksplorasi peluang, pertahanan ancaman bersaing, dan hubungan pelanggan.

Penetapan harga yang kompetitif melibatkan strategi penetapan harga yang menarik pelanggan tanpa mengurangi kualitas produk dan layanan. Eksplorasi peluang adalah tentang kemampuan kedai kopi dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan tren pasar baru dan inovasi produk untuk mengembangkan layanan yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Pertahanan ancaman persaingan berfokus pada strategi untuk mempertahankan posisi pasar yang kuat, termasuk meningkatkan kualitas, memperluas jaringan, dan memperkuat brand Anda. Hubungan pelanggan mencakup pendekatan untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan melalui layanan yang dipersonalisasi, program loyalitas, dan interaksi berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana masing-masing indikator tersebut berkontribusi dalam membangun keunggulan kompetitif kedai kopi. Peneliti menilai efektivitas penetapan harga dalam menarik dan mempertahankan pelanggan dengan menganalisis strategi penetapan harga yang kompetitif. Eksplorasi peluang dievaluasi berdasarkan kemampuan kedai kopi dalam berinovasi dan beradaptasi terhadap perubahan pasar. Perlindungan terhadap ancaman persaingan berasal dari strategi untuk mengatasi persaingan dan mempertahankan pangsa pasar. Hubungan pelanggan dianalisis berdasarkan pendekatan yang membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memperoleh wawasan

mengenai strategi yang efektif untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam industri kedai kopi yang semakin kompetitif.

Kinerja perusahaan berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan modal intelektual dengan keunggulan bersaing. *Coffee shop* memiliki kemampuan untuk menawarkan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. Nilai ini dapat ditunjukkan melalui produk, layanan, dan pengalaman pelanggan yang unik. Ini menampilkan indikator-indikator utama seperti kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, efisiensi, dan kemandirian.

Kinerja dalam konteks ini mencerminkan bagaimana sebuah *Coffee shop* mampu memenuhi dan melampaui ekspektasi pelanggan serta mencapai tujuan bisnis secara keseluruhan. Kualitas mengacu pada standar produk dan layanan yang diberikan oleh sebuah *Coffee shop*, seperti rasa, konsistensi, kebersihan, dan layanan pelanggan. Penelitian ini menilai bagaimana kedai kopi mempertahankan dan meningkatkan kualitas untuk memuaskan pelanggan dan menonjol dari pesaingnya. Kuantitas adalah kapasitas produksi dan kuantitas yang dihasilkan, seperti Jumlah pelanggan per hari, volume penjualan minuman dan makanan, serta diversifikasi menu. Penelitian ini menganalisis bagaimana kedai kopi menangani kuantitas tanpa mengorbankan kualitas. Ketepatan waktu mencakup kemampuan kafe dalam memberikan pelayanan tepat waktu, mulai dari waktu penyajian minuman dan makanan hingga kecepatan dalam menanggapi permintaan pelanggan. Hal ini juga mencakup efisiensi operasional dalam manajemen antrean dan latensi. Efisiensi mengacu pada penggunaan sumber daya secara optimal untuk memaksimalkan output dan meminimalkan biaya. Studi ini menyelidiki bagaimana

kedai kopi mengelola inventaris, energi, tenaga kerja, dan bahan mentah untuk mencapai efisiensi operasional yang tinggi. Independensi mencakup kemampuan kedai kopi untuk beroperasi secara mandiri, termasuk pengambilan keputusan, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Studi ini menilai sejauh mana independensi ini berdampak pada kinerja kedai kopi secara keseluruhan dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana masing-masing metrik tersebut berkontribusi terhadap kinerja industri kedai kopi.

Kerangka pemikiran ini mengusulkan bahwa modal intelektual berkontribusi positif terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan keunggulan bersaing. Dalam kasus *coffee shop* di kawasan Dago, memahami hubungan antara modal intelektual dan kinerja perusahaan dapat membantu pelaku usaha membuat strategi yang lebih baik untuk membangun dan mempertahankan keunggulan bersaing di pasar yang kompetitif. Kawasan dago yang dikenal sebagai tempat dengan banyak persaingan dan pasar yang selalu berubah adalah subjek penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan praktis tentang strategi yang digunakan oleh pengusaha *coffee shop* untuk meningkatkan keunggulan bersaing mereka dengan melihat bagaimana modal intelektual berkorelasi dengan kinerja perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi pengusaha *coffee shop* untuk mengelola modal intelektual secara lebih strategis dan optimal.

2.2.1 Hubungan Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan

Modal Intelektual merupakan aset yang dimiliki oleh perusahaan yang terdiri dari modal manusia, proses bisnis, teknologi informasi komunikasi, serta aset tak berwujud yang dapat diubah menjadi nilai berwujud dan tidak berwujud (Lapina,2016). Pengelolaan modal intelektual yang baik dapat memberikan nilai tambah yang unik dan sulit ditiru oleh pesaing.

Menurut Appuhami dalam (Kurniawan & Muslichah, 2019) menyatakan bahwa semakin besar nilai modal intelektual maka akan menciptakan *value added* bagi perusahaan. Selain itu, jika modal intelektual merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, maka modal intelektual akan memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan Abdolmohammadi dalam (Kurniawan & Muslichah, 2019).

Dalam kesimpulannya, modal intelektual merupakan aset strategis yang sangat penting dalam menciptakan keunggulan bersaing, yang pada gilirannya berdampak positif pada kinerja perusahaan. Perusahaan yang berhasil mengelola dan memanfaatkan modal intelektual mereka dengan efektif dapat menikmati berbagai keuntungan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan modal intelektual, seperti pelatihan karyawan, penelitian dan pengembangan, serta manajemen pengetahuan, sangat penting untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing di pasar global yang semakin dinamis.

2.2.2 Hubungan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Hill dan Jones dalam (Aditi dan Pentana 2018), menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah kekuatan spesifik perusahaan yang dapat menjadikan perusahaan mampu membuat produk yang berbeda dengan produk yang ditawarkan pesaing dan mempunyai harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing. Karena konsumen cukup selektif dalam memilih harga ketika melakukan pembelian, konsumen akan cenderung memilih produk yang diinginkan yang mempunyai harga lebih murah. Maka perusahaan yang mampu menarik lebih banyak konsumen sudah tentu akan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya.

Namun, untuk mempertahankan keunggulan bersaing, perusahaan perlu terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Rahman dan Kazmi (2015) Mengidentifikasi praktik keberlanjutan perusahaan yang penting untuk mempertahankan keunggulan bersaing dengan fokus inovasi dan adaptasi. Oleh karena itu, perusahaan harus menginvestasikan sumber daya dalam penelitian dan pengembangan serta memahami tren pasar agar dapat terus menawarkan nilai tambah kepada pelanggan dan mempertahankan posisi mereka di pasar.

Keunggulan bersaing merupakan kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan diantara perusahaan lain. Menurut Muhammad menyatakan bahwa perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan barang dan jasa dengan strategi bersaing yang menjadikan keunggulan dari perusahaan lain (Aryza et al., 2018). Selain itu, efisiensi operasional yang diperoleh dari keunggulan bersaing dapat mengurangi biaya produksi dan distribusi, yang pada akhirnya meningkatkan margin keuntungan. Dengan

demikian, keunggulan bersaing tidak hanya mendukung pertumbuhan pendapatan tetapi juga membantu dalam meningkatkan efisiensi dan profitabilitas perusahaan.

2.2.3 Hubungan Modal Intelektual terhadap Keunggulan Bersaing

Modal intelektual sangat berperan dan mengantarkan perusahaan memenangkan persaingan atau keunggulan bersaing. Modal intelektual adalah salah satu penentu keberhasilan perusahaan, perusahaan akan mampu memenangkan persaingan atau memperoleh keunggulan bersaing melalui inovasi yang merupakan bagian dari modal intelektual, baik itu inovasi produk maupun inovasi teknologi, sehingga mampu menghasilkan produk dan jasa dengan kualitas terbaik dan kecepatan dalam proses produksi guna memenuhi kebutuhan pasar dan tidak didahului oleh perusahaan lain (Indra, 2015).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menemukan bukti empiris pengaruh modal intelektual terhadap keunggulan bersaing. Meskipun demikian temuan penelitian dalam hubungan kedua variabel tersebut juga berbeda – beda. Signifikansi temuan pengaruh antara modal intelektual terhadap keunggulan bersaing ditunjukkan dalam penelitian (Salavati, Ahmadi, & Rahmatinia, 2014); (Taie, 2014); (Chahal & Bakhsi, 2015). Temuan tidak signifikan ditunjukkan pada penelitian (Yaseen, Dajani, & Hasan, 2016), dimana hasil studi menunjukkan bahwa modal manusia berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.

2.2.4 Hubungan Modal Intelektual terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kinerja Perusahaan

Menurut Belkaoui dalam (Dewi dan Dewi, 2020) Modal intelektual memainkan peran penting dalam menciptakan keunggulan bersaing bagi

perusahaan. Modal intelektual mencakup aset-aset tidak berwujud seperti pengetahuan, keterampilan, inovasi, dan reputasi yang dimiliki oleh perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan modal intelektual yang kuat cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik untuk berinovasi, merespons perubahan pasar, dan memanfaatkan peluang bisnis. Sebagai contoh, (Maggioni dan Carayannis, 2021) perusahaan teknologi seperti Google dan Apple mampu mempertahankan keunggulan bersaing mereka berkat modal intelektual yang kaya, baik dari sisi sumber daya manusia berkualitas maupun kekayaan intelektual seperti paten dan merek dagang.

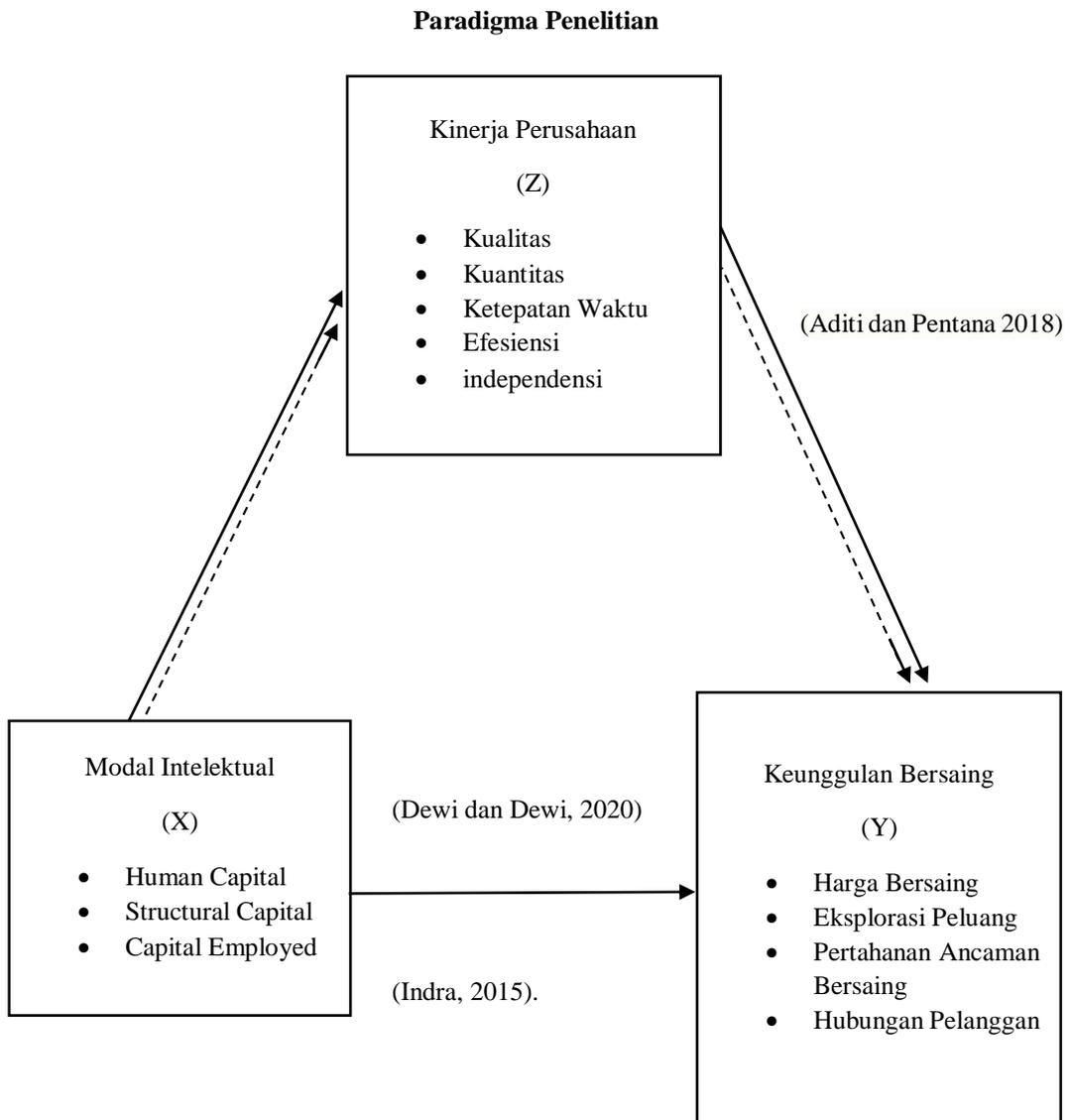
Keunggulan bersaing yang diperoleh dari modal intelektual ini pada gilirannya berdampak langsung pada kinerja perusahaan. (Lestari,2019) Perusahaan yang mampu mengembangkan dan memanfaatkan modal intelektual mereka akan lebih kompetitif dalam pasar global, dapat menawarkan produk dan layanan yang unik, serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Keunggulan ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar, meningkatkan profitabilitas, dan mempertahankan pertumbuhan jangka panjang.

(Dumay dan Garanina, 2013) menyatakan bahwa modal intelektual tetap relevan dan penting untuk keunggulan bersaing di berbagai sektor. Misalnya, perusahaan konsultan yang memiliki tenaga ahli berpengalaman dan pengetahuan mendalam tentang industri tertentu dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi klien mereka, sehingga memperkuat reputasi dan meningkatkan pangsa pasar mereka. (Grant, 2016) perusahaan konsultan dapat memanfaatkan modal intelektual

mereka, seperti keahlian dan pengetahuan spesifik, untuk menciptakan nilai tambah bagi klien dan memperoleh keunggulan bersaing.

Selain modal intelektual, keunggulan bersaing juga merupakan faktor yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Menurut Porter (dalam Noviyanti, 2020) keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Penelitian penelitian terdahulu membuktikan keunggulan bersaing dapat meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan (Pasar et al., 2017) dan meningkatkan kinerja UMKM (Riyanto, 2018), Keunggulan bersaing dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Anik, 2015).

Dalam kesimpulannya, modal intelektual merupakan aset strategis yang sangat penting dalam menciptakan keunggulan bersaing, yang pada gilirannya berdampak positif pada kinerja perusahaan. Perusahaan yang berhasil mengelola dan memanfaatkan modal intelektual mereka dengan efektif dapat menikmati berbagai keuntungan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan modal intelektual, seperti pelatihan karyawan, penelitian dan pengembangan, serta manajemen pengetahuan, sangat penting untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing di pasar global yang semakin dinamis, Yuliana dan Khoiriyah, (2018).



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian Modal Intelektual terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kinerja Perusahaan

2.3 HIPOTESIS

Menurut (Sugiyono, 2014:93) Hipotesis adalah “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta- fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Berdasarkan uraian permasalahan dalam penelitian yang telah dibahas, berikut hipotesis penelitiannya:

H1: Diduga adanya Pengaruh dari Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan secara positif dan signifikan pada Industri Coffee Shop di Kecamatan Coblong.

H2: Diduga adanya Pengaruh dari Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan secara positif dan signifikan pada Industri Coffee Shop di Kecamatan Coblong.

H3: Diduga adanya pengaruh dari Modal Intelektual terhadap Keunggulan Bersaing secara positif dan signifikan pada Industri Coffee Shop di Kecamatan Coblong.

H4: Diduga adanya pengaruh dari Modal Intelektual terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kinerja Perusahaan secara positif dan signifikan pada Industri Coffee Shop di Kecamatan Coblong.