

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia telah berada pada fase globalisasi sejak menjadi salah satu bagian dari dunia menghadapi tantangan dalam pasar bebas yaitu Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Era globalisasi memiliki makna sebagai era terciptanya masyarakat global yang bersatu serta saling bergantung satu sama lain, sehingga batas-batas suatu negara menjadi semakin sempit. Era globalisasi ini ditandai dengan adanya persaingan bebas serta perdagangan bebas. Hal ini menimbulkan kekhawatiran tentang nasib bangsa Indonesia di masa depan. Persiapan yang minim dalam menghadapi MEA ditakutkan akan mengakibatkan produk-produk dalam negeri menjadi kurang diminati. Banyak produk-produk luar negeri yang bisa bebas masuk ke Indonesia, akan mengubah minat masyarakat terhadap produk dalam negeri. Masalah tersebut berarti bahwa hasil-hasil produksi perusahaan dalam negeri harus mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang berasal dari luar negeri, maka produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam negeri harus berkualitas agar mampu menciptakan keunggulan kompetitif diantara pesaing-pesaingnya.

Tugas perusahaan semakin berat karena dituntut untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing dengan produk luar negeri. Perusahaan harus menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan perusahaan luar negeri. Perusahaan dituntut untuk mencari solusi untuk mengurangi bahan baku dan meminimalisir

penggunaan energi selama proses produksi (Kucukoglu & Pinar., 2015). Perusahaan dipastikan mampu bertahan jika perusahaan mampu memiliki hubungan yang harmonis antara aspek ekonomi dan memiliki kemampuan berinovatif yang tinggi. Dengan kata lain, perusahaan harus mampu membaca peluang bisnis dari setiap tantangan yang ada di sekitar.

Diberlakukannya MEA memberikan tantangan bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk merebut peluang pasar pada lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan pemegang kepentingan perusahaan dalam mempertahankan berlangsungnya sebuah perusahaan. Perusahaan juga harus mampu mengembangkan perusahaannya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Semakin tinggi tingkat persaingan, meningkatnya kompleksitas pasar dan konsumen yang mulai kritis akan pasar, mengakibatkan kegiatan operasional perusahaan perlu dilakukan dengan profesional dan agresif, sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan tersebut. Strategi bersaing adalah kombinasi antara tujuan yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan kebijaksanaan atau alat dimana perusahaan berusaha mencapai tujuan (Philip dkk., 2003:311). Strategi bersaing bertujuan menemukan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan sebaik-baiknya terhadap tekanan persaingan. Pilihan strategi bersaing didasarkan pada keunggulan kompetitif yang dapat dikembangkan oleh perusahaan.

Keunggulan kompetitif akan timbul dengan cara memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing lainnya.

Berbagai macam kebijakan strategi dijalankan perusahaan agar bertahan dan mampu menjaga kelangsungan usahanya. Strategi inovasi merupakan salah satu kebijakan strategi yang banyak digunakan perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis (Slater & Olson., 2001). Strategi inovasi lebih mengarahkan perusahaan untuk lebih mengutamakan peningkatan inovasi mereka daripada mengalahkan dengan menghancurkan para pesaingnya. Perusahaan berusaha untuk menciptakan inovasi produk agar dapat menghasilkan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dibandingkan dengan produk perusahaan pesaingnya.

Kreatifitas pengembangan suatu produk dapat dilakukan berdasarkan tekanan permintaan pasar ataupun perkembangan teknologi produksi. Produk-produk yang tidak mengalami perkembangan akan berdampak terhadap kebosanan pada diri konsumen, sehingga konsumen dapat mencari alternatif produk baru yang sesuai dengan harapan mereka. Hal tersebut memberikan kesempatan kepada konsumen untuk beralih ke merk lain. Strategi inovasi merupakan strategi yang diarahkan pada proses penemuan, pengembangan, dan implementasi ide baru yang berkaitan dengan pengembangan proses, teknologi, dan produk (Slater & Olson., 2001). Inovasi berkelanjutan dapat memberikan alternatif bagi perusahaan dalam menentukan prioritas strategi bersaing, tidak hanya memprioritaskan pada *cost leadership*, tetapi

juga pada *quality leadership*, *delivery*, dan *responsiveness* (Means & Faulkner., 2000).

Menurut OECD Oslo Manual (2005), inovasi terbagi menjadi empat tipe, yaitu: inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasional. Penelitian ini mengkhususkan untuk mengkaji inovasi produk dan inovasi proses. Hal ini dikarenakan kedua inovasi tersebut merupakan sumberdaya internal yang dimiliki perusahaan. Peningkatan inovasi secara signifikan mengenai karakteristik atau penggunaan yang dimaksudkan; termasuk perbaikan yang signifikan dalam spesifikasi teknis, komponen dan bahan, kemudahan dalam penggunaan atau karakteristik fungsional lainnya (OECD Oslo Manual, 2005).

Inovasi yang dilakukan perusahaan ditujukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Inovasi merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan untuk mengembangkan proses bisnisnya (OECD Oslo Manual, 2005). Inovasi bisa menjadi satu alat yang akan mengantarkan perusahaan untuk mendapatkan kepastian keberlanjutan.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu keberhasilan suatu perusahaan (Brigham & Houston, 2006). Kinerja keuangan perusahaan akan selalu dilihat oleh investor dan pihak-pihak berkepentingan lainnya dalam membuat dan mengambil keputusan bisnis pada perusahaan tersebut. Informasi mengenai kinerja perusahaan diperoleh dari hasil proses akuntansi yaitu laporan keuangan. Profitabilitas merupakan salah satu indikator dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Pada umumnya perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung

untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tentang aktivitas operasi guna menaikkan citra perusahaan (Al Mamun, 2009). Perusahaan yang menghasilkan profitabilitas tinggi juga mempunyai pengetahuan yang tinggi.

Teori *Stakeholder* oleh Freeman (1984) disebutkan bahwa perusahaan berkewajiban untuk menjalankan operasional perusahaan dan memenuhi kebutuhan perusahaan serta mampu memberikan nilai tambah bagi investor dan memenuhi kebutuhan pemegang kepentingan perusahaan lainnya. Banyaknya produk baru yang dihasilkan dari suatu inovasi produk akan memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan akibat meningkatnya *market share* dari produk baru yang dihasilkan. Hal ini disebabkan perusahaan yang mampu menciptakan produk baru belum mempunyai banyak pesaing untuk produk baru yang mereka ciptakan dan kembangkan. Perusahaan dapat menentukan tingkat harga yang tinggi pada produk baru yang diciptakan akibat belum adanya pesaing yang dapat memberikan harga murah pada produk sejenis. Upaya-upaya untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di masa depan dapat dilakukan dengan melihat siklus hidup sebuah produk, dimana pada sebuah titik siklus hidup tertentu, produk akan mengalami kejenuhan sehingga diperlukan upaya untuk menciptakan produk-produk baru (Sudaryati dan Amelia, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Atalay dkk., (2013); Faria dan Lima., (2009); Kalay dan Lynn., (2016) memberikan bukti empiris bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini, bertolak belakang dengan hasil penelitian Gunday dkk., (2011) memberikan bukti empiris bahwa

perusahaan yang melakukan inovasi produk tidak memberikan dampak terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Selain melakukan inovasi produk, inovasi proses merupakan salah satu kunci dari peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Penciptaan produk baru harus disertai dengan penggunaan dan pemanfaatan teknologi secara benar dan efisien. Inovasi proses mengarahkan bagaimana manajemen perusahaan mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mereka miliki dalam upaya mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi (OECD Oslo Manual, 2005). Upaya untuk meminimalisir *cost* produksi akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Atalay dkk., (2013); Faria dan Lima., (2009) memberikan bukti empiris bahwa inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini, bertolak belakang dengan hasil penelitian Karlsson dan Tavassoli (2015); Kalay dan Lynn., (2016) memberikan bukti empiris bahwa perusahaan yang melakukan inovasi proses tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Upaya untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan melalui inovasi produk dan inovasi proses tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak terdapat kontrol yang kuat dalam perusahaan. *Good corporate governance* sebagai sebuah mekanisme control bagi manajemen perusahaan akan selalu berupaya untuk mendorong manajemen perusahaan dalam menciptakan proses produksi yang efisien guna mendukung peningkatan kinerja perusahaan (Brigham & Houston, 2006).

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan mengenai teori agensi, bahwa terdapat permasalahan agensi dalam perusahaan, yaitu adanya upaya-upaya dari manajemen perusahaan untuk menggunakan kelebihan informasi yang mereka miliki untuk kepentingan pribadi, sehingga hal ini dapat memberikan kerugian bagi pemegang saham. Penelitian yang dilakukan oleh Haat dkk., (2010) memberikan bukti empiris bahwa tingkat *good corporate governance* dapat meningkatkan pengaruh positif inovasi terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Tema penelitian yang membahas tentang hubungan antara inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi masih jarang ditemukan, tetapi ada beberapa peneliti yang telah berhasil membuktikan hubungan di antara variabel-variabel tersebut. Akibat ketidakkonsistenan pada penelitian terdahulu, maka penting untuk meneliti kembali mengenai peran moderasi *good corporate governance* pada pengaruh inovasi terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan mengenai kebijakan-kebijakan yang dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan inovasi produk dan inovasi proses yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan kontribusi bagi investor untuk mempertimbangkan strategi inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan disuatu perusahaan.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013-2017 sebagai

tahun pengamatan inovasi produk, inovasi proses, kinerja keuangan perusahaan, dan *good corporate governance*. Pemilihan perusahaan manufaktur sebagai sampel penelitian dikarenakan perusahaan manufaktur merupakan salah satu sektor yang mempunyai pengembangan produk dan proses yang tinggi akibat besarnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan dalam sektor manufaktur. Adanya persaingan yang tinggi mendorong perusahaan manufaktur untuk senantiasa mengembangkan inovasi sebagai salah satu keunggulan kompetitif. Pemilihan tahun 2013 sampai 2017 sebagai periode pengamatan karena pada rentang tahun tersebut Indonesia akan menghadapi perdagangan bebas dalam kawasan ASEAN pada tahun 2015, sehingga hal tersebut memudahkan perusahaan luar negeri untuk memasarkan produknya ke Indonesia. Kedatangan produk-produk luar negeri ke Indonesia merupakan ancaman bagi perusahaan dalam negeri, yang dituntut untuk tetap unggul dalam persaingan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memperkuat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja keuangan perusahaan?
2. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memperkuat pengaruh inovasi proses terhadap kinerja keuangan perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menguji *Good Corporate Governance* mampu memperkuat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Menguji *Good Corporate Governance* mampu memperkuat pengaruh inovasi proses terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai masukan atau tambahan bukti empiris mengenai peran *good corporate governance* pada pengaruh inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk kontribusi ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan tentang keputusan manajemen dalam melakukan tata kelola perusahaan terkait dengan kebijakan inovasi yang berdampak terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

2. Manfaat praktis

- a) Bagi pemimpin dan pengambil kebijakan di dalam perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam melakukan tata kelola perusahaan

terkait dengan penentuan kebijakan berkaitan dengan inovasi yang akan diambil guna peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

- b) Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat bagi pembaca khususnya investor dalam mengambil keputusan untuk membeli atau menjual saham sehubungan dengan adanya kebijakan inovasi yang dilakukan perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam tesis ini dibagi menjadi lima (5) bab yang berhubungan satu dengan lainnya. Secara sistematis penelitian ini dibagi menjadi:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini menyertakan pula fenomena yang mendasari penelitian serta masalah yang ditimbulkan dari fenomena tersebut baik bagi investor dan perusahaan. Bab ini menyertakan pula tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka menguraikan landasan teori dan penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai acuan dasar teori diantaranya teori *stakeholders*, pengertian inovasi produk dan proses dan

kinerja perusahaan. Bab ini juga menyertakan kerangka pemikiran dalam untuk memperjelas maksud penelitian dan hipotesis penelitian yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research*, lokasi penelitian yang dipilih adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, populasi dan sampel penelitian yang terdiri atas obyek yang di tentukan dengan karakteristik tertentu sehingga memenuhi kriteria yang di harapkan, jenis dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang di peroleh dalam alamat resmi www.idx.co.id, prosedur pengumpulan data, dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum dari objek penelitian, deskripsi atau pembahasan hasil penelitian, analisis model, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian dari data yang telah diolah sehingga nanti hasilnya dapat diambil kesimpulan apakah hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya diterima atau ditolak.

BAB 5 SIMPULAN

Bab ini membahas kesimpulan dari hasil dan pembahasan mengenai peran *good corporate governance* pada pengaruh inovasi: produk, proses, dan pemasaran terhadap kinerja keuangan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2017. Selain itu, bab ini berisikan saran-saran terkait dengan penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini sehingga nantinya diharapkan dapat berguna untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.