

## **ANALISIS PENGARUH RELEVANSI STRATEGIS TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN KINERJA TIDAK BERWUJUD SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Rochyawati, Fety, SE., M.Si.**

Akademi Bank YAPIS Merauke Papua

Email: qudrat.mulya@yahoo.com

### **Abstract**

*Conducted a research study to determine how strategic relevance can be affect the financial performance with the performance of intangible performance mediation. This study was also carried out in the sector of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Merauke - Papua, using Structural Equation Modeling (SEM). The results obtained indicate that the strategic relevance affects financial performance, and the performance of intangible mediate the effect of strategic relevance to financial performance.*

*Key word: relevance of strategic, intangible performance, financial performance.*

### **PENDAHULUAN**

Usaha kecil menengah dalam perkembangannya masih menghadapi berbagai persoalan yang perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak antara lain (Speakman, 1998): (a). Rendahnya produktivitas, sumber daya manusia dan manajemen yang belum profesional, kurang tanggap terhadap perubahan teknologi dan kurangnya permodalan, (b). Akses pasar yang belum memadai, termasuk di dalamnya jaringan distribusi yang berfungsi sebagai jalur pemasaran belum berjalan efisien, (c). Belum adanya tanda-tanda membaiknya perekonomian nasional, (d). Tantangan dari perkembangan perdagangan bebas baik dalam rangka kerjasama AFTA, APEC, dan GATT/ WTO yang akan membawa dampak pada peningkatan persaingan usaha.

Berbagai persoalan di atas dapat diatasi apabila para pengusaha kecil dan

menengah mampu mengembangkan usahanya secara kreatif dan inovatif dengan selalu berorientasi pada pasar, peningkatan kualitas, produktivitas dan daya saing dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan selalu mengikuti perkembangan informasi dan teknologi. Oleh karena itu perlu kebijakan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dan menengah yang dapat mendorong ke arah yang lebih maju dan mandiri serta mampu meningkatkan perannya dalam perekonomian nasional (Srivasta, 2001).

Anderson (1990), melalui penelitiannya menerangkan tentang hubungan antara perkembangan usaha kecil dan menengah dengan laju pertumbuhan atau tingkat pengembangan ekonomi suatu wilayah yang kemudian dikenal dengan sebutan "stage theory". Menurut Anderson (1990) teori tersebut menjelaskan bahwa: (a). Negara yang tingkat ekonominya masih terbelakang, tingkat pendapatan riil per

kapita rendah pada industri rumah tangga tersebut sangat dominan (berdasar tingkat penyerapan tenaga kerja), (b). Pada negara yang sudah maju tingkat pembangunan ekonominya, tingkat pendapatan riil per kapita tinggi pada industri kecil dan terutama industri skala menengah besar lebih dominan.

Organisasi yang baik adalah yang memiliki tujuan jelas berdasarkan visi dan misi yang disepakati pendirinya. Untuk mewujudkan tujuan tersebut dibutuhkan cara untuk mencapainya yang lazim disebut sebagai strategi. Selanjutnya disusun rencana (*plan*), kebijakan (*policies*) hingga pencapaian dan program aksi. Faktor lingkungan berperan penting bagi perusahaan terutama dalam pemilihan arah dan formulasi strategi perusahaan. Adanya perubahan dalam lingkungan baik internal ataupun eksternal menuntut kapabilitas perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut agar kelangsungan hidup (*survival*) perusahaan tetap bertahan. Sementara itu perencanaan merupakan suatu alat untuk melakukan adaptasi dan juga merupakan faktor penentu bagi kinerja perusahaan sehingga diharapkan menciptakan keunggulan bersaing.

Dalam era pengetahuan saat ini, kemampuan suatu produk dan perusahaan untuk bisa bertahan atau tidak dalam persaingan sangat tergantung pada kapasitas untuk mengelola *asset intangible*, pengetahuan, dan kapabilitas inovasi secara efektif dan efisien menjadi nilai

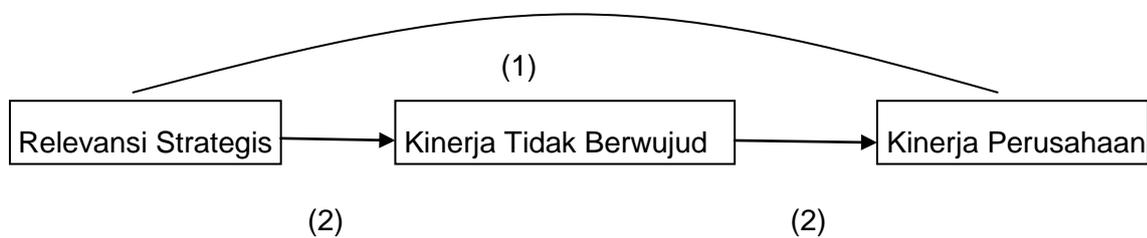
penting bagi pengendali aktivitas perusahaan. Perkembangan pengetahuan mengindikasikan adanya suatu variabel baru yang diperkenalkan ketika mengembangkan dan menganalisa rantai nilai dan strategi perusahaan. Perubahan orientasi strategi dalam aset pengetahuan memerlukan pemahaman bahwa penciptaan keunggulan kompetitif perusahaan sangat tergantung pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan, menggunakan, mentransfer, dan memanfaatkan aset-aset *intangible* yang bersifat langka, tidak dapat diperdagangkan dan sangat sulit untuk ditiru. Melalui penilaian modal intelektual, perusahaan dapat mengelola dan mengembangkan aset yang dimiliki sehingga bermanfaat bagi upaya pencapaian keunggulan kompetitif berkelanjutan. Dalam hal ini jaringan bisnis dianggap sebagai alat untuk membangun keunggulan kompetitif dalam sebuah perusahaan, menurut aspek yang berbasis sumber daya, jaringan tidak hanya secara khusus mendukung generasi pengetahuan tetapi juga pengetahuan hubungan yang didistribusikan kepada mitra bisnis. Sebaliknya, pada aspek yang berbasis pemasaran menekankan bahwa konsumen menghendaki pelayanan yang memuaskan serta dilayani oleh organisasi yang lebih fleksibel dan terdistribusi. Namun dalam hal ini faktor kinerja tidak berwujud seperti pengetahuan, hubungan pelanggan, inovasi, dan lain-lain memainkan peran utama dalam keberhasilan suatu jaringan

(Das *et al.*, 2003). Inilah relevansi strategis yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Tentu saja faktor mediasi makin menjelaskan keterikatan diantara kedua faktor tersebut.

## METODE PENELITIAN

Adapun metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode Structural Equation Modelling (SEM) dengan software AMOS 16, dimana kinerja

tidak berwujud (*intangible good's*) sebagai variabel mediasi, variabel dependent adalah relevansi strategis dan variabel independen adalah kinerja perusahaan. Ketiga variabel tersebut diadopsi dari Moeller,K. (2009). Dalam penelitian ini terdapat 2 model, yaitu (1) pengaruh relevansi strategis pada kinerja perusahaan, dan (2). Relevansi strategis dan kinerja tidak berwujud pada kinerja perusahaan. Adapun model penelitian ini:



Studi ini dilakukan pada 10 sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang ada di Kabupaten Merauke-Papua. Dengan skala likert 5 poin, dimana 1 mengarah pada tidak baik dan 5 mengarah pada sangat baik. Pengukuran *Model fit* dilakukan dengan menggunakan beberapa indicator sebagai berikut (Smith, Cunningham and Coote, 2006):

- 1) *Chi Square* ( $\chi^2$ ) pada  $\alpha = 0,05$  atau 5 %
- 2) *Goodness of Fit* (GFI) = 95 % (0,90 – 0,95 = Fit)
- 3) *Standardised Root Mean-square Residual* (SRMR) = < 0,05
- 4) *Root Mean-Square Error of Approximation* (RMSEA) = < 0,05 (0,05 – 0,08=Fit)

5) *Comparative Fit Index* (CFI) = 95 % (0,90 – 0,95 = Fit)

6) *Tucker Lewis Index* (TLI) = TLI > 0.95 (0.90 – 0.95 = Fit)

7) *Bollen-Stine p-value*  $p > 0.05$

Namun sebelum dilakukan metode SEM, terlebih dahulu mengukur presisi data dengan uji reliabilitas dan validitas data.

## PEMBAHASAN

Pembahasan dilakukan dengan lebih dahulu mengeksplorasi pengujian reliabilitas dan validitas, dimana hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pertanyaan	Cronbch Alfa	Keterangan
Relevansi Strategis (RS)	RS1	0,858	Reliabel
	RS2	0,838	Reliabel
	RS3	0,845	Reliabel
Kinerja Tidak Berwujud (KTB)	KTB1	0,823	Reliabel
	KTB2	0,821	Reliabel
	KTB3	0,823	Reliabel
	KTB4	0,816	Reliabel
	KTB5	0,820	Reliabel
	KTB6	0,822	Reliabel
	KTB7	0,829	Reliabel
Kinerja Keuangan (KK)	KK1	0,832	Reliabel
	KK2	0,826	Reliabel
	KK3	0,819	Reliabel

Pada penelitian ini hasil uji reliabilitas pada semua pertanyaan adalah reliabel, karena nilai skor dalam *Cronbach's*

*Alpha if Item Deleted* dalam pengujian reabilitas lebih besar dari 0,7 pada semua item pertanyaan dalam kuesioner.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected item Total Correlation	Keterangan
Relevansi Strategis (RS)	RS1	-0,154	Tidak Valid
	RS2	0,456	Valid
	RS3	0,555	Valid
Kinerja Tidak Berwujud (KTB)	KTB1	0,235	Valid
	KTB2	0,197	Valid
	KTB3	0,365	Valid
	KTB4	0,654	Valid
	KTB5	0,666	Valid
	KTB6	0,542	Valid
	KTB7	0,589	Valid
Kinerja Keuangan (KK)	KK1	0,774	Valid
	KK2	0,729	Valid
	KK3	0,620	Valid

dengan membandingkan Table Nilai *r Product Moment* yaitu pada jumlah responden 10 dengan tarap signifikan 5% sehingga terletak pada nilai 0,193. Sedangkan dalam table 2 terdapat 1 item pertanyaan yang tidak valid karena nilai

skornya lebih kecil dari 0,193 yaitu pada item RS1 dengan pertanyaan jika kontrak kerja akan berakhir apakah ada kesulitan dalam pembagian hasil usaha/keuntungan. 1 item pertanyaan ini tidak valid karena objek penelitian berupa UKM

milik pribadi sehingga tidak ada proses pembagian hasil usaha/ keuntungan pada pihak lain.

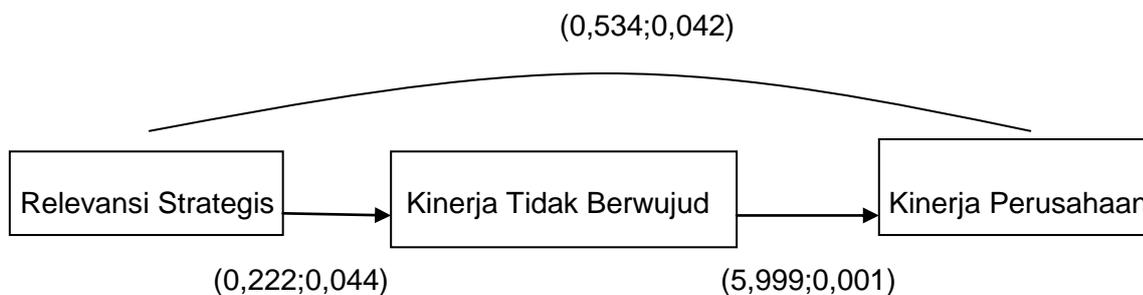
Analisis model fit

- 1) Chi Square ( $\chi^2$ ) pada  $\alpha = 0,05$  atau 5 %
- 2) Goodness of Fit (GFI) = 95 % (0,90 – 0,95 = Fit). Penelitian ini 0,956
- 3) Standardised Root Mean-square Residual (SRMR) = < 0,05
- 4) Root Mean-Square Error of Approximation (RMSEA) = < 0,05 (0,05 – 0,08=Fit). Dalam penelitian ini 0,000
- 5) Comparative Fit Index (CFI) = 95 % (0,90 – 0,95 = Fit). Penelitian ini 0,996
- 6) Tucker Lewis Index (TLI) = TLI > 0,95 (0,90 – 0,95 = Fit). Penelitian ini 1,139
- 7) Bollen-Stine p-value  $p > 0.05$ . Penelitian ini 5,99

Berdasarkan analisis model fit menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini adalah fit karena nilai CFI dan TLI lebih dari angka yang direkomendasikan  $\geq 0,95$ , yaitu 0,996 pada CFI dan 1,139 pada TLI. Nilai RMSEA untuk memperbaiki kecenderungan statistik Chi Square yang menolak model dengan jumlah sampel yang besar, dengan nilai yang direkomendasikan adalah 0,05 – 0,08 untuk ukuran yang diterima. Sedangkan pada tabel RMSEA menunjukkan angka 0,000 sehingga dapat dikatakan model pada penelitian ini sangat baik karena hasilnya kurang dari 0,08. Begitu pula dengan uji chi square, GFI dan Bollen stine menunjukkan model telah fit.

Analisis SEM secara visual dapat diperoleh gambaran dibawah:

Gambar 1. Analisis SEM



Dapat ditarik benang merah bahwa pada model 1 ditunjukkan bahwa pengaruh antara relevansi strategis dengan kinerja perusahaan berpengaruh kuat dengan alfa 5% dengan koefisien 0,534. Sementara itu dengan model 2 dengan kinerja tidak berwujud sebagai variabel mediasi menghasilkan pengaruh yang lebih kuat pada kinerja tidak berwujud terhadap

kinerja perusahaan, dimana dengan alfa 1 % dan koefisien 5,999. Model ini juga bisa dilihat bahwa relevansi strategis berpengaruh terhadap kinerja tidak berwujud dengan alfa 5 % dan koefisien 0,222.

Semakin besar Relevansi Strategis (RS) perusahaan kepada mitra, maka semakin tinggi Kinerja Tidak Berwujud

(KTB) perusahaan diterima, hal ini dikarenakan strategi mitra kerja yang terikat kuat dengan perusahaan, perkembangan usaha yang baik, pembagian laba yang adil, serta kontrak kerja dengan mitra kerja yang dijalankan dengan baik, akan mempengaruhi Kinerja Tidak Berwujud (KTB) perusahaan, hal ini dikarenakan hubungan kerja dapat mempengaruhi tingkat komitmen karyawan terhadap perusahaan. Karyawan yang berkomitmen maka akan memberikan hasil kinerja yang tinggi, berupa memberikan ide-ide atau gagasan kreatif untuk kemajuan perusahaan. semakin tinggi Kinerja Tidak Berwujud (KTB) perusahaan, maka semakin tinggi Kinerja Keuangan (KK) perusahaan diterima, hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat kecerdasan seseorang, tingkat pengetahuan yang tinggi dan SDM yang berkualitas, akan menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan karena SDM yang berkualitas dapat memberikan ide-ide kreatif, inovasi-inovasi baru seperti: produk, layanan, proses, yang bisa menjadikan perusahaan lebih maju dan berkembang, selain itu perbaikan sistem pelayanan pembelian, sistem manajemen, perbaikan tingkat volume penjualan dan lokasi usaha juga berpengaruh signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan, sehingga hal ini akan berdampak pada semakin tingginya Kinerja Keuangan (KK) perusahaan.

## **KESIMPULAN**

Semakin besar Relevansi Strategis (RS) perusahaan kepada mitra, maka semakin tinggi Kinerja Tidak Berwujud (KTB) perusahaan diterima, hal ini dikarenakan strategi mitra kerja yang terikat kuat dengan perusahaan, perkembangan usaha yang baik, pembagian laba yang adil, serta kontrak kerja dengan mitra kerja yang dijalankan dengan baik. Karyawan yang berkomitmen maka akan memberikan hasil kinerja yang tinggi, berupa memberikan ide-ide atau gagasan kreatif untuk kemajuan perusahaan. semakin tinggi Kinerja Tidak Berwujud (KTB) perusahaan, maka semakin tinggi Kinerja Keuangan (KK) perusahaan yang diterima, hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat kecerdasan seseorang, tingkat pengetahuan yang tinggi dan SDM yang berkualitas, akan menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan karena SDM yang berkualitas dapat memberikan ide-ide kreatif, inovasi-inovasi baru seperti produk, layanan, proses, yang bisa menjadikan perusahaan lebih maju dan berkembang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anderson, J.C. and Narus, J.A. (1990), "A model of distributor firm and manufacturer working partnerships", *Journal of Marketing*, Vol. 54 No. 1, pp. 42-58.
- Das, S., Sen, P.K. and Sengupta, S. (2003), "Strategic alliances: a valuable way to manage intellectual

- capital?", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4 No. 1, pp. 10-19.
- Moeller, K., (2009), Intangible and financial performance: causes and effects, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 10 No. 2, pp. 224-245.
- Smith, Cunningham and Coote, (2006), *Structural Equation Modelling*, AUS Press University.
- Spekman, R.E., Forbes, T.M. III, Isabella, L.A. and MacAvoy, T.C. (1998), "Alliance management: a view to the past and look to the future", *Journal of Management Studies*, Vol. 35 No. 3, pp. 747-72.
- Srivastava, R.K., Fahey, L. and Christensen, H.K. (2001), "The resource based view and marketing: the role of market-based assets in gaining competitive advantage", *Journal of Management*, Vol. 27 No. 6, pp. 777-802.