

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Dalam perkembangan bisnis global saat ini, perusahaan diharapkan dapat memiliki strategi kompetitif dalam mengembangkan inovasi yang akan dibuat nanti. Pada umumnya perusahaan menggunakan strategi *closed innovation*, dimana strategi perusahaan itu sendiri cenderung mengembangkan dan memasarkan ide produk atau gagasan yang mereka bangun sendiri dibandingkan di campur tangan oleh pihak eksternal. Beberapa perusahaan besar pada awal abad 20an lebih memilih untuk melakukan *closed innovation*, pasalnya mereka lebih melindungi *Intellectual Property (IP)* atau aset mereka dari kompetitornya serta mereka lebih menekankan dalam perekrutan karyawan yang memiliki kecerdasan, kompetensi, semangat kerja tinggi, keahlian serta keterampilan yang akan didedikasikan pada perusahaan (Chesbrough, 2003).

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada akhir abad 20an, strategi *closed innovation* dikatakan kurang efektif demi kelancaran dan pertumbuhan perusahaan di masa depan serta strategi ini juga dianggap tidak sempurna, karena mengingat inovasi ini tidak dapat mensurvei keadaan dan pendapat konsumen atau berupa kritik yang bersifat membangun yang ada diluar dan hanya mengandalkan gagasan dari pihak internal saja, maka dari itu Chesbrough (2003) mencetuskan strategi baru yang diharapkan dapat berguna bagi perkembangan perusahaan kelak. Strategi tersebut bernama *Open Innovation* atau lebih dikenal dengan inovasi terbuka.

Berbeda dengan *closed innovation*, melalui *open innovation* menurut Chesbrough (2003), perusahaan lebih terbuka dan menerima ide – ide dari luar untuk masuk ke dalam perusahaan yang kemudian menciptakan hal baru baik dalam inovasi produk maupun sistem bisnisnya. Dalam model *open innovation* ini, perusahaan dapat mengkomersilkan gagasan atau ide - ide eksternal dan juga internal dengan menerapkan ke pasar. Dengan kata lain, perusahaan bisa melakukan *research and development* melalui saluran di luar bisnis mereka untuk menghasilkan nilai bagi perusahaan serta dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan diminati masyarakat saat ini. Ide di balik *open innovation* ialah perusahaan tidak dapat sepenuhnya mengandalkan penelitian mereka sendiri, namun sebaliknya harus menggabungkan pengetahuan, proses, penemuan dari pihak eksternal. Oleh sebab itu, perusahaan harus bisa menerima entah itu berupa saran atau kritik yang sifatnya membangun bagi kinerja perusahaan. Contoh pihak eksternal ialah pemasok, perusahaan pesaing, konsumen dan investor. Fenomena yang mendorong paradigma inovasi terbuka antara lain adalah meningkatnya ketersediaan dan mobilitas pekerja terampil, pertumbuhan pasar modal ventura, dan meningkatnya kemampuan pemasok eksternal (Uziene, 2015).

Selain itu, para pelaku bisnis mulai menyadari bahwa kemampuan bersaing tidak hanya terletak pada kepemilikan mesin-mesin industri, tetapi lebih pada inovasi, informasi, dan knowledge sumber daya manusia yang dimilikinya. Dengan kata lain, aktiva tak berwujud (*intangible assets*) mendapat perhatian yang lebih serius jika dibandingkan dengan aktiva berwujud (*tangible assets*) (Widyaningdyah, 2009). Salah satu aktiva tidak berwujud dalam asset pengetahuan adalah *intellectual capital*.

Untuk mempertahankan kemampuan inovasi dengan latar belakang inovasi terbuka, perusahaan sangat disarankan untuk mulai mengelola modal intelektual melalui logika inovasi terbuka. Pada sebagian besar penelitian akademik *intellectual capital* diperlakukan sebagai masukan inovasi dalam menentukan sebuah inovasi yang lebih tinggi. Produktivitas inovasi yang lebih tinggi pada akhirnya mengarah pada terciptanya peningkatan keunggulan kompetitif dan nilai perusahaan (Uziene,2015).

Intellectual capital mengacu pada kumpulan pengetahuan organisasi yang ada di dalamnya, melalui individu yang bekerja untuk organisasi. Akibatnya, jika arus pengetahuan melintasi batas organisasi meningkat dan isi pengetahuan yang dimiliki oleh organisasi berubah, ini mengarah pada pertimbangan bahwa keterbukaan inovasi membuat pengaruh terhadap *intellectual capital* (Uziene,2015). Melihat *intellectual capital* dari sudut pandang manajemen berbasis sumber daya, menjadi jelas bahwa batasan *intellectual capital* sebagai sumber daya organisasi internal seiring dengan batasan proses inovasi menjadi susah untuk diatasi (Uziene,2015).

Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa *intellectual capital* berdasarkan dimensi internal terutama tidak lagi sesuai untuk praktik *open innovation*. Saat menganalisis struktur *intellectual capital*, ternyata *open innovation* memiliki efek berbeda pada berbagai bentuk benda tak berwujud. Jika dilihat dari komponen *intellectual capital*, *open innovation* berpengaruh pada *relational capital* (Uziene,2015).

Belum banyak penelitian empiris mengenai *intellectual capital* yang dilakukan baik oleh praktisi maupun akademisi, mengingat konsep ini baru muncul pada tahun 1997 (Rachmawati et al, 2007). *Intellectual capital* memang masih baru dan belum banyak

ditanggapi oleh para bisnis global, padahal adanya perbedaan antara nilai buku dengan nilai pasar saham (perbedaan ini mencolok untuk perusahaan yang berbasis pengetahuan), menunjukkan adanya *missing value* berupa *intellectual capital* (Widiyaningrum, 2004). Kondisi demikian mengisyaratkan pentingnya dilakukan penilaian terhadap jenis aktiva tak berwujud tersebut. Namun sampai saat ini belum ada peraturan khusus yang mengatur mengenai pengukuran dan pelaporan dari modal intelektual (Widiyaningrum, 2004).

Keberhasilan perusahaan tidak hanya dilihat dari kinerja yang dapat diukur melalui rasio keuangan perusahaan pada saat ini, namun sumber daya yang ada dalam perusahaan hendaknya dapat menghasilkan kinerja keuangan yang terus meningkat dari tahun ke tahun, sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin. Kelangsungan hidup perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan bukan hanya dihasilkan oleh aktiva perusahaan yang bersifat nyata (*tangible assets*) tetapi hal yang lebih penting adalah adanya *intangible assets* yang berupa sumber daya manusia (SDM) yang mengatur dan mendayagunakan aktiva perusahaan yang ada. *Intellectual capital* merupakan cara untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan menjadi komponen yang sangat penting bagi kemakmuran, pertumbuhan dan perkembangan perusahaan di era ekonomi baru berbasis pengetahuan (Baroroh, 2013).

Objek dari penelitian ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang farmasi. Industri farmasi adalah industri yang didorong oleh inovasi yang sepanjang sejarahnya telah berkontribusi terhadap kesejahteraan manusia dengan menyediakan obat-obatan baru untuk mengatasi berbagai penyakit dan telah berkembang menjadi salah satu sektor utama di dunia (Raja & Sambandan, 2015).

Selama abad 20, industri farmasi telah menjadi penyumbang utama individu dan kesehatan penduduk dan kemakmuran sosial. Produk dan layanannya telah berkontribusi pada umur panjang kelompok besar pasien dan bantuan gejala dari penyakit utama. Namun, selama 2 dekade terakhir, kapasitas inovatif industri farmasi tertinggal, dan ada kekhawatiran dan diskusi tentang model bisnis industri yang berlaku, dan apakah itu perlu disempurnakan dan diubah (Hedner, 2012).

Pengembangan obat baru adalah usaha yang memakan waktu dan rumit, yang melibatkan unsur penemuan serta pengembangan proses. Baru-baru ini, biaya pengembangan rata-rata entitas molekul baru (NME) diperkirakan sekitar U\$ 800 juta untuk molekul kecil dan sekitar US \$ 1.300 juta untuk biologi (Hedner, 2012).

Selain itu, industri farmasi telah menghadapi beberapa tantangan dalam hal berakhirnya hak paten sehingga menghasilkan kerugian pendapatan yang besar, meningkatkan biaya litbang untuk pengembangan obat baru, penurunan produktivitas litbang, meningkatnya persaingan dari produsen obat generik, perubahan iklim pemasaran. dengan sistem kesehatan yang dibatasi biaya dan harapan pelanggan akan obat-obatan terapeutik baru dan lebih efektif (Raja & Sambandan , 2015).

Perusahaan – perusahaan farmasi besar berevolusi pada 1990-an dalam dua jalur yang berbeda. Di AS, perusahaan seperti Merck, Pfizer dan Eli Lilly menjadi sangat besar melalui eksploitasi yang muncul dalam bidang teknologi yaitu, mikrobiologi, enzim, genetika, biologi molekuler dan genetik rekayasa, dan komersialisasi obat resep yang inovatif (Sadat et al, 2014).

Di Eropa, perusahaan seperti Novartis, Aventis (sekarang Sanofi) dan GlaxoSmithKline meraih kesuksesan mereka melalui serangkaian merger dan akuisisi antara nasional dan lintas nasional perusahaan farmasi. Merger dan akuisisi terjadi untuk mengeksploitasi teknologi yang muncul dalam penemuan dan pengembangan obat, memperluas dan mendiversifikasi produk portofolio, mengatasi tantangan persaingan di pasar domestik dan internasional, dan mencapai skala dan cakupan ekonomi dalam komersialisasi obat-obatan inovatif (Sadat et al, 2014).

Dalam model inovasi terbuka, di satu sisi, perusahaan besar farmasi membawa banyak kekuatan ilmiah dan teknologi bersama-sama sehingga tumbuh ilmu pengetahuan dan teknologi dapat dimanfaatkan untuk menciptakan nilai melalui R & D yang produktif. di sisi lain, perusahaan besar farmasi membentuk jembatan dengan kekuatan pasar melalui berbagai tanggapan untuk memberikan nilai kepada pengguna (Sadat et al, 2014).

Selain itu, perusahaan farmasi memiliki semua karakteristik organisasi berbasis pengetahuan. Pengetahuan diperluas terutama di pusat penelitian sendiri atau dibeli dari perusahaan lain. Menurut Sharabati et al (2010), perusahaan farmasi merupakan industri yang sangat memanfaatkan modal intelektual. Lebih lanjut Sharabati et al (2010) memandang bahwa industri farmasi merupakan industri yang intensif melakukan penelitian, industri yang inovatif dan seimbang dalam penggunaan sumber daya manusia serta teknologi.

Berdasarkan pemaparan penulis dalam latar belakang diatas, penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian di bidang farmasi dengan judul “Peranan *Intellectual Capital* terhadap hubungan *Open Innovation* dengan Kinerja Perusahaan”

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah *open innovation* memiliki pengaruh terhadap *intellectual capital*?
2. Apakah *intellectual capital* memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan?
3. Apakah *intellectual capital* memediasi hubungan *open innovation* dengan kinerja perusahaan?

1.3. Tujuan penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *open innovation* terhadap *intellectual capital*
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan
3. Untuk menguji dan menganalisis peran mediasi *intellectual capital* terhadap hubungan *open innovation* dengan kinerja perusahaan

1.4 Manfaat penelitian

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi perusahaan dalam mengenal lebih jauh *open innovation* dan *intellectual capital* sebagai strategi bisnis baru

2. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menerapkan pengetahuan yang penulis dapat selama perkuliahan. Selain itu, penelitian ini juga menjadi salah satu syarat menyelesaikan studi jenjang Sarjana pada Universitas Kristen Maranatha

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan maupun referensi acuan tentang peranan *intellectual capital* terhadap hubungan *open innovation* dengan kinerja perusahaan