

# ***GESTALT* AKUNTANSI : KOMITMEN PERUSAHAAN DALAM PENGUNGKAPAN *INTELLECTUAL CAPITAL***



## **SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**ADITYA PRATAMA**

**NIM. 12030110151091**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2012**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : AdityaPratama  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110151091  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : ***GESTALT AKUNTANSI : KOMITMEN PERUSAHAAN DALAM PENGUNGKAPAN INTELLECTUAL CAPITAL***

Dosen Pembimbing : Anis Chariri, S.E, MCom, Ph.D. Akt.

Semarang, 26 November 2012

Dosen Pembimbing,

(Anis Chariri, S.E, MCom, Ph.D. Akt.)

NIP. 196708091992031001

## PERSETUJUAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : AdityaPratama  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110151091  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : ***GESTALT AKUNTANSI : KOMITMEN PERUSAHAAN DALAM PENGUNGKAPAN INTELLECTUAL CAPITAL***

Dosen Pembimbing : Anis Chariri, S.E, M.Com, Ph.D. Akt.

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 7 Desember 2012**

Tim Penguji :

1. Anis Chariri, S.E, M.Com, Ph.D. Akt (.....)
2. Surya Raharja, S.E., M.Si., Akt. (.....)
3. Aditya Septiani, S.E., M.Si., Akt. (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Aditya Pratama menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **GESTALT AKUNTANSI : KOMITMEN PERUSAHAAN DALAM PENGUNGKAPAN INTELLECTUAL CAPITAL**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 26 November 2012

Yang membuat pernyataan,

Aditya Pratama

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Umur manusia, hanya 50 tahun lamanya, apalah artinya jika dibandingkan umur dunia ini.”

Oda Nobunaga

“Sunyi bagaikan hutan, tak tergoyahkan layaknya gunung, secepat tiupan angin, menghangatkan bagaikan api.”

Sun Tzu

“Perjuanganku lebih mudah karena hanya mengusir penjajah, perjuangan kalian kelak akan lebih berat karena menghadapi bangsa sendiri.”

Ir. Soekarno

“Terimalah hikmah dengan ikhlas, meskipun berasal dari seorang anak kecil.”

Ali bin Abu Thalib

Sebuah pesan sederhana, yang kupersembahkan untuk :

Papah Arsyad Bachtiar, lelaki paling tangguh yang selalu menjadi panutanku

Mamah Ema Nurmalina, seorang ibu dan wanita luar biasa yang pernah kukenal,

yang selalu memberikan cinta dan kasihnya untukku

Adik kecilku Dewi Novianti, yang selalu optimis dalam menjalani hidup

Semua pihak yang telah menjadi bagian dari kehidupanku, yang membuatku semakin

banyak belajar dan menyadari hakekat dari kehidupan ini

## ***ABSTRACT***

*Intellectual capital disclosure is a tool that can be used by a company to communicate with their stakeholders. With disclose company intellectual information, a company could decrease asymmetric information level with their stakeholders. The nature of intellectual capital disclosure is voluntary disclosure, therefore, a company had choose to not disclose some information if their felt it will not bring an advantage for them. The purpose of this research is to compare intellectual capital disclosure in the prospectus with the intellectual capital disclosure in the subsequent annual report. The main objective was to investigate a company commitment toward intellectual capital disclosure. A higher level of disclosure on annual report showed a company commitment toward intellectual capital disclosure. The second objective was to investigate whether companies report more on intellectual capital in the prospectus rather than in annual report.*

*This study was a quantitative study using secondary data, namely a company prospectus and subsequent annual report which collected from [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) also pojok BEI UNDIP. Number of used were as many as 38 different companies, which IPO from 2005-2010 in four different category industry, which banking, manufactured, services, and property. 47 item of intellectual capital disclosure measured using content analysis method. SPSS version 17.0 was used to processing data through multiple linier regressions.*

*The result of hypothesis test showed the existence of intellectual capital disclosure commitment was not confirmed. Moreover, the results showed that companies report more extensively on intellectual capital in their prospectus rather than their annual report.*

*Keywords : Initial Public Offering (IPO), intellectual capital, content analysis, disclosure commitment, information disclosure, voluntary disclosure*

## ABSTRAK

Pengungkapan informasi *intellectual capital* merupakan sarana bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan para *stakeholder*. Dengan melakukan pengungkapan informasi *intellectual capital*, perusahaan dapat mengurangi asimetris informasi dengan para *stakeholder*. Pengungkapan informasi *intellectual capital* merupakan pengungkapan sukarela, karena itu perusahaan dapat memilih untuk tidak melakukan pengungkapan apabila dirasakan tidak memberi keuntungan bagi perusahaan. Tujuan utama penelitian ini untuk menginvestigasi komitmen perusahaan dalam pengungkapan informasi *intellectual capital*. Caranya adalah dengan membandingkan pengungkapan ic dalam prospektus dengan pengungkapan ic dalam *annual report* satu tahun setelah *Initial Public Offering* (IPO). Semakin tinggi tingkat pengungkapan dalam *annual report* menunjukkan komitmen dalam pengungkapan. Tujuan kedua penelitian ini adalah menginvestigasi apakah perusahaan melaporkan lebih banyak pengungkapan dalam prospektus dibandingkan dalam *annual report*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder, yaitu prospektus perusahaan dan *annual report* satu tahun setelah IPO yang didapat dari situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) serta pojok BEI UNDIP. Jumlah sampel yang digunakan adalah 38 perusahaan yang IPO tahun 2005-2010 pada empat kategori industri, yaitu perbankan, manufaktur, jasa, dan properti. Empat puluh tujuh item pengungkapan diinvestigasi dengan menggunakan metode *content analysis*. Metode pengolahan data menggunakan SPSS versi 17.0 dengan alat uji regresi linier berganda.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa perusahaan belum memiliki komitmen dalam pengungkapan informasi *intellectual capital*. Lebih jauh lagi, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan melaporkan lebih banyak informasi *intellectual capital* dalam prospektus perusahaan dibandingkan dalam *annual report* perusahaan.

Kata kunci : *Initial Public Offering*, *intellectual capital*, *content analysis*, komitmen pengungkapan, pengungkapan informasi, pengungkapan sukarela

## KATA PENGANTAR

### **Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Alhamdulillah rabbil'alamin puji syukur kepada Allah SWT, akhirnya karya skripsi dengan judul: "GESTALT AKUNTANSI : KOMITMEN PERUSAHAAN DALAM PENGUNGKAPAN INTELLECTUAL CAPITAL" dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan program strata satu pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Bapak Prof. Dr. Sudharto PH, MES, Ph.D, selaku Rektor Universitas Diponegoro Semarang.
- 2) Bapak Prof. Drs. H. Muhammad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- 3) Bapak Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 4) Bapak Shiddiq Nur Rahardjo S.E, M.Si, selaku Dosen Wali dari penulis.
- 5) Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
- 6) Kedua orang tua (Papah dan Mamah) yang telah mengasuh, merawat dan membesarkan aku dengan penuh kasih sayang dan kesabaran. Terima kasih

untuk doa yang tidak pernah usai, kasih sayang, cinta, kesabaran, ketulusan dan pengorbanan yang telah diberikan, sampai kapanpun tak akan pernah tergantikan oleh siapapun. Tiada kata terindah selain terima kasih dan doa yang dapat aku berikan untuk kedua orang tuaku.

- 7) Keluarga besar Jayawikarta dan keluarga besar Bachtiar, terima kasih untuk doa dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi.
- 8) Adikku tersayang, Dewi Novianti terima kasih atas semua bantuannya baik doa dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi.
- 9) Seseorang yang sangat special, Fifi Rosaline, terima kasih untuk dukungannya di kala penulis merasa jenuh dalam penyelesaian skripsi ini.
- 10) Teman-teman Reg 2 Akuntansi angkatan 2010 Universitas Diponegoro Kelas A, terima kasih telah menjadi keluarga besar akuntansi kelas A.
- 11) Teman-teman KKN 2012 Gelombang II Kecamatan Jambu Desa Genting : Akbar, Yudha, Didik, Mikha, Febri, Yudhi, Herda, Istu, Usi, Anggun, Vita. KKN yang tak kan pernah dapat kulupakan, banyak kenangan baik saat senang dan susah kita lewati dalam 35 hari di Posko KKN.
- 12) Teman sesama dosbim, Pram, semoga kita kelak menjadi orang yang lebih matang, sukses, dan lebih bijak dalam menghadapi hidup.
- 13) Teman-teman Kos Wonodri Krajan. Terima kasih telah menjadi teman kosan yang baik sampai lulus sekarang ini.

14) Eyang Nuryanti, terima kasih telah menjadi ibu kos yang baik selama 2 tahun ini.

15) Perpustakaan FE Undip dan UPT Perpustakaan Undip yang telah menyediakan semua materi dalam penyusunan skripsi.

16) Pojok Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Diponegoro Semarang: Mas Aziz. Terima kasih telah menyediakan data-data laporan keuangan dan prospektusnya.

17) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Terima kasih untuk semuanya, telah membantuku dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk semua orang yang telah memberian doa dan dukungan bagiku dalam menyelesaikan skripsi ini. Tanpa doa dan dukungan kalian semua, skripsi ini pasti akan terasa berat sekali.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini akan diterima dengan senang hati. Penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi pembacanya.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

**Semarang, November 2012**

**Penulis**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Skripsi .....	ii
Halaman Pengesahan Kelulusan Ujian Skripsi .....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi .....	iv
Halaman Motto dan Persembahan .....	v
<i>Abstract</i> .....	vi
Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 <i>Stakeholder Theory</i> .....	11
2.1.2 <i>Signalling Theory</i> .....	14
2.2 Konsep <i>Intellectual Capital</i> (IC) .....	16
2.3 Komponen-komponen Utama IC.....	18
2.3.1 <i>Human Capital</i> .....	18
2.3.2 <i>Customer Capital</i> .....	19
2.3.3 <i>Structural Capital</i> .....	20
2.3.4 <i>Social Capital</i> .....	21
2.3.5 <i>Technological Capital</i> .....	22
2.4 Pengungkapan Informasi IC .....	23
2.5 Penelitian Terdahulu .....	25
2.6 <i>Conceptual Framework</i> .....	28
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	33
2.7.1 Komitmen Perusahaan Dalam Pengungkapan IC.....	33
2.7.2 Perbandingan Pengungkapan : Prospektus VS <i>Annual Report</i> (AR).....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	37
3.1.1 Variabel Penelitian .....	37

3.1.2 Definisi Operasional .....	38
3.1.2.1 Pengungkapan Informasi IC Dalam AR .....	38
3.1.2.2 Pengungkapan Informasi IC Dalam Prospektus .....	42
3.1.2.3 Umur Perusahaan .....	42
3.1.2.4 Ukuran Perusahaan .....	43
3.1.2.5 Jenis Industri .....	43
3.1.2.6 Auditor .....	44
3.1.2.7 Tingkat Kepemilikan Saham .....	45
3.2 Populasi dan Sampel .....	45
3.2.1 Populasi .....	45
3.2.2 Sampel .....	46
3.3 Jenis dan Prosedur Pengumpulan Data .....	49
3.4 Metode Analisis Data .....	49
3.4.1 Statistik Deskriptif .....	49
3.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	50
3.4.2.1 Uji Normalitas .....	50
3.4.2.2 Uji Multikolinieritas .....	51
3.4.2.3 Uji Autokorelasi .....	51
3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	52
3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
3.4.3.1 Uji Koefisien Determinasi .....	54
3.4.3.2 Uji Statistik F .....	55
3.4.3.3 Uji Signifikansi T .....	55
3.4.3.4 <i>Paired Sample t Test</i> .....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	56
4.2 Analisis Data .....	58
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	58
4.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	64
4.3.1 Uji Normalitas .....	64
4.3.2 Uji Multikolinieritas .....	66
4.3.3 Uji Autokorelasi .....	66
4.3.4 Uji Heteroskidastisitas .....	67
4.4 Analisis Regresi dan Uji Hipotesis .....	68
4.4.1 Uji Koefisien Determinasi .....	68
4.4.2 Uji Statistik F .....	69
4.4.3 Uji Statistik T .....	69
4.4.4 Pengujian Hipotesis 2 .....	70
4.5 Penjelasan Hasil Uji Hipotesis .....	71
4.5.1 Penjelasan Hasil Uji Hipotesis 1 .....	71
4.5.2 Penjelasan Hasil Uji Variabel Kontrol .....	73
4.5.2.1 Ukuran Perusahaan .....	73
4.5.2.2 Industri Manufaktur .....	73

	4.5.2.3 Industri Jasa.....	73
	4.5.2.4 Industri Properti .....	73
	4.5.2.5 Umur Perusahaan .....	74
	4.5.2.6 Auditor .....	74
	4.5.2.7 Tingkat Kepemilikan.....	74
	4.5.2 Penjelasan Hasil Uji Hipotesis 2 .....	75
	4.6 Pembahasan.....	75
	4.6.1 Pembahasan Hipotesis 1 .....	75
	4.6.2 Pembahasan Hipotesis 2 .....	77
BAB V	PENUTUP .....	80
	5.1 Kesimpulan .....	80
	5.2 Implikasi Penelitian.....	80
	5.3 Saran .....	81
Daftar Pustaka	.....	xiv
Lampiran	.....	83

## DAFTAR TABEL

		<b>Halaman</b>
Tabel 2.1	Studi Pengungkapan IC Oleh Para Peneliti .....	26
Tabel 3.1	Item Pengungkapan IC .....	41
Tabel 3.2	Sampel Penelitian.....	48
Tabel 4.1	Proses Seleksi Perusahaan Sampel .....	57
Tabel 4.2	Rincian Jumlah Perusahaan Sampel per Industri .....	57
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Variabel.....	58
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Berdasarkan Area Pengungkapan per Industri	61
Tabel 4.5	Hasil Uji Non Parametrik Kolmogorov Smirnov .....	65
Tabel 4.6	Pengujian Multikolinieritas .....	66
Tabel 4.7	Uji Autokorelasi .....	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68
Tabel 4.9	Uji Koefisien Determinasi .....	68
Tabel 4.10	Hasil Uji Statistik F.....	69
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Regresi Linier .....	70
Tabel 4.12	Uji Beda Skor AR dengan Skor IPO.....	71

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 <i>Conceptual Framework</i> .....	32
Gambar 4.1 Uji Normalitas Residual .....	65
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatter Plot</i> .....	67

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A : HASIL UJI SPSS

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam dua dekade terakhir, konsep mengenai *Intellectual Capital* (IC) telah menarik banyak perhatian. Banyaknya jumlah para peneliti, praktisi, dan akademisi mendiskusikan konsep serta peran penting IC dalam sistem ekonomi yang berbasis pengetahuan menjadi bukti (Bruggen *et al.*, 2009). Pengetahuan diterima sebagai sebuah aset dalam sebuah strategi yang berkelanjutan untuk meraih dan mempertahankan keuntungan kompetitif (Grant, 1991). Foray (2004) menekankan dalam sistem ekonomi yang berbasis pengetahuan, kontribusi aset tidak berwujud lebih besar dibandingkan dengan aset berwujud.

Akhavan *et al.*, (2009) menyatakan pengetahuan merupakan salah satu komponen penting milik organisasi dalam teori manajemen kontemporer. IC digunakan untuk menciptakan dan mempertinggi nilai dan performa perusahaan (Hoznavi dan Ramezan, 2010). Menurut Kozak (2011), sumber daya tradisional seperti tanah, tenaga kerja, dan modal tidak serta merta menghilang sebagai aset yang paling berharga dalam segi ekonomi, hanya saja keberadaannya tidak menjadi modal utama perusahaan. Dalam sistem ekonomi yang berbasis pengetahuan, IC merupakan

aset yang paling vital bagi sebuah perusahaan (Amiri *et al.*, 2010, Shaari *et al.*, 2010; Hoznavi dan Ramezan, 2011). Menurut Hoznavi dan Ramezan (2011), basis IC adalah pengetahuan, oleh karena itu IC merupakan jantung perusahaan.

Dalam sistem ekonomi baru, yang dikenal sebagai “*knowledge economy*” , aset tidak berwujud ataupun *intellectual asset* pada akhirnya diakui sebagai sumber daya yang sangat penting. Perusahaan yang bergerak dalam bidang IT, keuangan, jasa perhotelan, dan lainnya sangat bergantung kepada seberapa banyak perusahaan mengungkapkan IC untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan produksi menggunakan IC untuk mempertajam keunggulan kompetitif (Hoznavi dan Ramezan, 2011).

Penelitian Bornemann *et al.*, (1999) menyatakan bahwa perusahaan yang mampu mengelola IC secara profesional, memiliki keunggulan kompetitif yang sangat kuat dibandingkan dengan pesaingnya. Sullivan (2000) mendefinisikan IC sebagai “ pengetahuan yang dapat diubah menjadi sebuah keuntungan”, sementara Edvinsson dan Malone (2000) berpendapat IC adalah kepemilikan ide, pengalaman, teknologi, hubungan dengan pelanggan dan skill profesional yang menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam persaingan pasar.

Menurut Ben-Simchon (2005), istilah “IC” digunakan untuk mengungkapkan seluruh aset tidak berwujud dan sumber daya yang dimiliki perusahaan, seperti pelatihan karyawan, hak paten, dan ide-ide yang dimiliki. Pentingnya peran aset tidak

berwujud telah mendapatkan perhatian dari *International Accounting Standard Board* (IASB), yang mengembangkan standar mengenai aset tidak berwujud (*Standard IAS 38*), yang telah diperbaharui pada tahun 2008.

Di Indonesia, perhatian untuk IC mulai berkembang setelah munculnya PSAK No. 19 tentang aktiva tidak berwujud. Dalam PSAK No. 19, meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit sebagai IC, tetapi IC telah mendapat perhatian. Berdasarkan 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 (IAI, 2009). Pada Paragraph 09 dari pernyataan tersebut disebutkan beberapa contoh dari aktiva tidak berwujud, diantaranya adalah ilmu pengetahuan dan teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar dan merek dagang (termasuk merek produk/*brand names*).

Berdasarkan PSAK No.19, perusahaan dapat secara sukarela mengungkapkan beberapa elemen IC di dalam laporan tahunan, tetapi, sebagian besar elemen tetap tidak dapat diungkapkan karena sulitnya kriteria pengakuan mengenai IC. Akibatnya, investor kekurangan informasi yang dapat menyebabkan meningkatnya resiko yang dihadapi karena perbedaan persepsi. Asimetri informasi ini dapat menyebabkan kesulitan untuk menarik sumber dana, yang pada akhirnya dapat menurunkan proyeksi laba di masa depan (Walker, 2006).

Untuk menghindari *underestimating* nilai saham saat menarik investor baru, perusahaan dapat memutuskan untuk mengungkapkan secara sukarela informasi yang relevan. Hasil penelitian Cordazzo (2007), dalam prospektus perusahaan menyediakan pengungkapan IC dengan laporan tambahan mengenai risiko yang sedang dihadapi, perkiraan keuntungan, dan strategi untuk calon investor baru. Sebaliknya, Bruggen *et al.*, (2009) memfokuskan pada pengungkapan IC dalam laporan tahunan perusahaan di Australia dan mengidentifikasi bahwa jenis industri dan ukuran perusahaan sebagai variabel yang menjelaskan level pengungkapan.

Laporan tahunan secara umum berfokus pada performa perusahaan pada masa lalu, karena itu terdapat beberapa perbedaan mengenai pengungkapan IC pada prospektus dan laporan tahunan perusahaan. Beberapa peneliti berpendapat kualitas pelaporan dalam prospektus dapat dijadikan rujukan mengenai pengungkapan informasi rencana perusahaan pada masa yang akan datang (Cumby dan Conrad, 2001). Tetapi ada satu pertanyaan yang dapat diajukan, apakah perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan IC yang tinggi dalam prospektusnya juga melakukan pengungkapan yang tinggi dalam laporannya. Dengan kata lain, apakah perusahaan benar – benar memiliki komitmen untuk mengungkapkan informasi mengenai IC dan bukan hanya karena ingin menarik calon investor semata. Oleh karena terdapat dua sisi dalam memandang komitmen perusahaan dalam pengungkapan IC, dalam penelitian ini digunakan analogi *Gestalt* untuk menjelaskan dua persepsi ini.

*Gestalt* adalah gambar beranak gambar, dan gambar *gestalt* yang paling umum adalah gambar *gestalt* vas dan wajah. Dalam gambar *gestalt*, kedua citra itu hadir sekaligus, dan merupakan satu gambar, tetapi gambar *gestalt* tersebut tidak dapat dilihat secara bersamaan, harus dipilih satu antara dua sudut pandang untuk menentukan apakah gambar *gestalt* tersebut vas atau wajah (Lestari, 2001).

Dalam penelitian ini, karena pelaporan informasi IC bersifat sukarela dan belum ada satu regulasi yang diterima secara umum mengenai bentuk pelaporannya, maka sama halnya seperti gambar *gestalt*, dua citra yang bertolak belakang hadir sekaligus.

Branswijck dan Everaert (2012) berpendapat persepsi pertama adalah bahwa perusahaan memang benar-benar memiliki komitmen dalam pengungkapan IC dan hal tersebut bukanlah sebuah mitos belaka. Sedangkan persepsi kedua adalah perusahaan hanya mengungkapkan informasi IC untuk mendapatkan keuntungan semata, tanpa benar-benar memiliki komitmen untuk melakukan pengungkapan informasi IC. Dengan kata lain, komitmen perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi IC bukanlah hanya sebatas mitos belaka

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meneliti komitmen perusahaan dalam pengungkapan informasi IC, dengan cara membandingkan pengungkapan IC dalam prospektus saat *Initial Public Offering* (IPO) dengan pengungkapan IC pada *annual report* satu tahun setelah IPO. Apabila perusahaan memiliki komitmen dalam

pelaporan informasi IC, maka pelaporan informasi IC pada *annual report* satu tahun setelah IPO tidak akan terlalu berbeda dengan pelaporan informasi IC pada saat IPO prospektus. Dengan melakukan komparasi pengungkapan IC pada saat IPO dan *annual report* satu tahun setelah IPO, dapat dilakukan investigasi mengenai komitmen perusahaan dalam pengungkapan IC dan dapat dilakukan analisis mengenai luas pengungkapan IC pada saat IPO dan pada *annual report* setelah IPO.

Metode yang digunakan untuk mengukur luas pengungkapan IC dalam penelitian ini mengacu pada hasil penelitian Bukh *et al.*, (2004) dengan menggunakan metode *content analysis*.

Perbedaan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya (Bransjwick dan Everaert, 2012) adalah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan dari empat sektor industri yang berbeda, yaitu industri jasa dan investasi, industri perbankan, industri manufaktur, dan industri properti yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2005-2010.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Beberapa penelitian dalam tahun-tahun terakhir menunjukkan nilai pasar perusahaan lebih tinggi dibandingkan nilai buku (Branswijck dan Everaert, 2012). Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa IC merupakan *value driver* yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan (Bukh, 2003). Tetapi, karena sulitnya

kriteria pengakuan IC, sebagian besar element IC tetap sulit untuk dilaporkan. Akibatnya, terjadi asimetri informasi, dan investor mengalami peningkatan resiko karena perbedaan persepsi dengan perusahaan. Untuk menghindari hal tersebut, perusahaan dapat mengungkapkan secara sukarela informasi IC.

Penelitian Guthrie *et al.*, (2006) mengungkapkan bahwa level pengungkapan IC dalam *annual report* masih rendah. Penelitian lainnya yang dilakukan Ibrahim *et al.*, (2012) menemukan bahwa dalam prospektus perusahaan menyediakan pengungkapan sukarela IC seperti informasi IT, strategi, dan sumber daya manusia bagi para calon investor. *Annual report* secara umum berfokus pada performa perusahaan di masa lalu, sementara prospektus bertujuan untuk menarik calon investor, karenanya terdapat kemungkinan beberapa perbedaan mengenai pengungkapan IC pada prospektus dan *annual report* perusahaan.

Berdasarkan uraian yang telah dideskripsikan, maka dapat dilakukan perumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah perusahaan yang melaporkan informasi IC lebih banyak didalam prospektus pada saat IPO akan melaporkan informasi IC yang lebih banyak dalam *annual report* dibandingkan perusahaan lainnya ?
- 2) Apakah perusahaan mengungkapkan lebih banyak informasi IC di dalam prospektus dibandingkan dalam *annual report* perusahaan?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Menginvestigasi komitmen perusahaan dalam pengungkapan informasi IC
- 2) Menginvestigasi apakah perusahaan melaporkan lebih banyak informasi pengungkapan IC didalam prospektus dibandingkan dalam *annual report* satu tahun setelahnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1) Manfaat teoritis

Berdasarkan kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan baru di bidang akuntansi, terutama yang berkaitan dengan perbandingan pengungkapan informasi IC didalam prospektus pada saat IPO dengan pengungkapan informasi IC di dalam *annual report* satu tahun sesudah IPO.

- 2) Manfaat praktis

- a) Berdasarkan kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para *stakeholder* untuk memahami level pengungkapan informasi IC yang dilakukan oleh perusahaan di dalam prospektus dan *annual report* satu tahun setelahnya, sehingga diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi.

- b) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi dan bahan informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya dalam bidang pengungkapan IC.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

##### **Bab I : Pendahuluan**

Pada bagian pendahuluan dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **Bab II : Telaah Pustaka**

Pada bagian telaah pustaka berisi tinjauan pustaka yang digunakan untuk membahas masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Bab ini mencakup teori – teori dan penelitian terdahulu yang mendukung perumusan hipotesis.

##### **Bab III : Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel. Dalam bab ini diuraikan secara rinci perhitungan pendekatan

variabel – variabel yang ada. Populasi dan sampel penelitian jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis juga dipaparkan didalam bab ini.

#### Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini dipaparkan tentang deskripsi objek observasi yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan tentang uji pendahuluan yang dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian atas hipotesis yang telah dibuat dan penyajian hasil dari proses pengujian tersebut. Di dalam bab ini berisi pembahasan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku dan hasil penelitian terdahulu.

#### Bab V : Penutup

Membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian serta saran bagi penelitian sejenis berikutnya, dan juga implikasi penelitian ini bagi dunia paktis.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Stakeholder Theory*

*Stakeholder theory* merupakan teori organisasional manajemen dan etika bisnis yang mengedepankan nilai moral dan etika dalam mengelola sebuah organisasi (Freeman, 1999). Menurut teori ini, dalam menjalankan kegiatan operasional, perusahaan tidak beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder* (konsumen, kreditor, pemerintah, masyarakat, investor, pemegang saham dan pihak lain).

Hasil penelitian Friedman (2001) menyebutkan bahwa sebuah organisasi juga merupakan bagian dari grup *stakeholder* dan tujuan sebuah organisasi adalah memelihara kebutuhan dan kepentingan dari para *stakeholder*-nya. Tugas untuk *manage* kepentingan *stakeholder* ini dipegang oleh manajer sebuah perusahaan.

Pada dasarnya, *stakeholder* memiliki kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, tingkat kepemilikan wewenang atas sumber daya perusahaan menentukan besarnya *power* yang dimiliki *stakeholder*.

Menurut Deegan (2000), power tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Secara logis, karena *stakeholder* memiliki kemampuan untuk mengendalikan sumber ekonomi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, maka perusahaan akan melakukan tindakan untuk menjaga kepentingan para *stakeholder*-nya.

Anggota utama *stakeholder* adalah sebagai berikut :

- 1) *Customers*
- 2) Pekerja
- 3) Masyarakat
- 4) Suplier dan distributor
- 5) *Shareholder*

Masing-masing *stakeholder* memiliki kepentingan yang berbeda. Contohnya, pemerintah berkepentingan untuk mengetahui laba untuk penghitungan pajak. Investor berkepentingan untuk mengetahui apa saja proyeksi serta rencana perusahaan di masa yang akan datang dan resiko yang sedang dihadapi oleh perusahaan. Sementara pemegang saham berkepentingan untuk mengetahui pengelolaan kegiatan operasional.

Friedman (2001) menambahkan beberapa grup dan individual sebagai bagian dari *stakeholder*, diantaranya adalah :

- 1) Media masa
- 2) Partner bisnis perusahaan
- 3) Generasi masa depan
- 4) Para pendiri perusahaan
- 5) Akademisi
- 6) Kompetitor atau pesaing
- 7) Kreditor
- 8) Organisasi non profit dan aktivis
- 9) Persatuan dagang
- 10) Pemerintah

Dalam konteks untuk menjelaskan hubungan antara komitmen perusahaan dengan pengungkapan informasi IC, *stakeholder theory* perlu dipahami baik dari segi etis maupun manajerial. Dari segi etis, perusahaan wajib mempertanggungjawabkan segala kebijakan yang diambil selama kegiatan operasional perusahaan kepada para *stakeholder*. Perusahaan wajib melakukan tindakan untuk kepentingan para *stakeholder*. Pengungkapan IC merupakan salah satu cara perusahaan untuk menciptakan nilai bagi perusahaan. Perusahaan yang melakukan pelaporan IC cenderung dianggap memiliki nilai lebih baik di mata calon investor, karena dalam pengungkapan IC terkandung laporan mengenai teknologi yang dikuasai, proyeksi

masa depan, kondisi persaingan, sumber daya yang dimiliki serta kondisi persaingan usaha, yang akan mengurangi asimetris informasi dengan calon investor sehingga akan menguntungkan kedua belah pihak.

Dalam segi manajerial, para *stakeholder* memiliki *power* atau kekuasaan untuk menekan manajemen agar melakukan pengungkapan yang dapat memberikan manfaat untuk perusahaan. Pada saat IPO, perusahaan akan memiliki keuntungan kompetitif apabila melakukan pengungkapan informasi IC, karena pengungkapan tersebut akan mengurangi asimetris informasi dengan calon investor. Para *stakeholder* berkepentingan untuk mempengaruhi manajemen agar melakukan pengungkapan IC.

### **2.1.2 Signaling Theory**

Leland dan Pyle melakukan analisis mengenai pengiriman sinyal dalam proses IPO (Leland and Pyle, 1977; Ibrahim *et al.*, 2012). Hasil analisis menyimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki prospek yang bagus di masa yang akan datang dan memiliki kemungkinan sukses yang tinggi selalu mengirimkan sinyal yang jelas kepada pasar saat *go public*. Untuk dapat lebih meyakinkan, sinyal yang dikirim kepada calon investor merupakan proyeksi perusahaan di masa yang akan datang dan keberhasilan yang telah dicapai selama ini. Jika perusahaan tidak

mengirimkan sinyal kepada pasar, maka akan menghasilkan asimetris informasi yang akan menyebabkan kerugian pada saat IPO.

Menurut Wolk *et al.*, (Wolk *et al.*, 2001; Ibrahim *et al.*, 2012) teori sinyal menjelaskan alasan perusahaan menyajikan informasi untuk pasar modal. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetris informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal-sinyal pada pengguna laporan keuangan.

Menurut Immaculatta (Immaculata, 2006; Ibrahim *et al.*, 2012) kualitas keputusan investor dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan. Kualitas informasi tersebut bertujuan untuk mengurangi asimetris informasi yang timbul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa mendatang dibanding pihak eksternal perusahaan. Informasi yang berupa pemberian peringkat obligasi perusahaan yang dipublikasikan diharapkan dapat menjadi sinyal kondisi keuangan perusahaan tertentu dan menggambarkan kemungkinan yang terjadi terkait dengan utang yang dimiliki.

Menurut Jama'an (2008) *signaling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh *company* untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal berupa promosi dan prinsip

informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka menerapkan kebijakan akuntansi konservatisme yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas karena prinsip ini mencegah perusahaan melakukan tindakan membesar-besarkan laba dan membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan aktiva yang tidak *overstate*.

Dalam konteks untuk menjelaskan komitmen perusahaan dalam pengungkapan informasi IC, teori sinyal juga dapat membantu pihak perusahaan (*agent*), pemilik, dan pihak luar perusahaan mengurangi asimetri informasi dengan menghasilkan kualitas atau integritas informasi di dalam *prospectus* dan laporan keuangan atau annual report. Pada saat IPO, *stakeholder* perusahaan mengalami peningkatan yang signifikan. Untuk menarik calon investor baru, perusahaan mengirimkan sinyal kepada calon investor dengan secara sukarela melaporkan informasi yang berkaitan dengan IC.

## **2.2 Konsep *Intellectual Capital* (IC)**

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, organisasi harus menggunakan semua sumber daya yang dimilikinya, baik yang berwujud ataupun yang tidak berwujud untuk mendapatkan keuntungan kompetitif. Pentingnya IC telah diakui

sebagai faktor penentu sukses sebuah perusahaan, bukan hanya untuk perusahaan yang berbasis teknologi, tetapi untuk seluruh tipe organisasi (Lonnqvist dan Mettanen, 2002).

Istilah *Intellectual Capital* pertama kali diperkenalkan oleh Jon Kenneth Galbraith pada tahun 1969 (Chang dan Hsieh, 2011). Kozak (2011) menyatakan bahwa konsep *Intellectual Capital* masih dalam tahap pengembangan, dan belum ada keseragaman definisi yang diterima untuk mengidentifikasi sub-komponennya. Akan tetapi, banyak peneliti yang memberikan konsep IC yang secara hakikat sama, tapi dengan cara penyampaian yang berbeda. Stewart (1997) menyatakan IC adalah keseluruhan modal, seperti pengetahuan, informasi, teknologi, keterampilan, *intellectual property*, kesetiaan konsumen yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai produk dan jasa sebuah organisasi. Edvinsson (1997) mendefinisikan IC sebagai gabungan *human capital* dan *struktural capital*. Lebih jauh, Stewart (1997) berpendapat bahwa IC dibagi dalam tiga bagian, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*.

Banyak para peneliti tahap awal mengenai perkembangan Intellectual Capital termasuk Stewart (1997), Sveiby (1997), Brooking (1996), Edvinsson (1997), Roos *et al.*, (1997), dan Bontis (1998) setuju bahwa IC secara garis besar terdiri dari 3 komponen, yaitu *human capital*, *customer capital*, dan *structural capital*. Mereka menyatakan *Intellectual Capital* berbasis pada bermacam-macam sumber daya yang tidak berwujud, seperti kompetensi pegawai, ilmu pengetahuan, tingkat pendidikan,

*skill, brand*, hubungan dengan konsumen, dan struktur organisasi (Bontis *et al.*, 2000). Bueno *et al.*, (2004) dan Wu dan Tsai (2005) berdasarkan hasil riset yang dilakukan, memberikan tambahan konsep mengenai IC, dengan menambahkan dua komponen yaitu *social capital* dan *technological capital*.

## **2.3 Komponen-komponen Utama *Intellectual Capital* (IC)**

### **2.3.1 *Human Capital***

*Human capital* merupakan jantung dari IC. Roos *et al.*, (1997) dan Bontis *et al.*,(2000) menekankan kemampuan para pegawai akan berpengaruh pada kompetensi, sikap, dan agilitas mereka. Kompetensi, termasuk *skill* dan pendidikan serta sikap akan mempengaruhi tingkah laku karyawan, sedangkan agilitas karyawan berdasarkan inovasi dan solusi untuk memecahkan masalah. Fitz-enz (2000) menyatakan *human capital* terdiri dari pengetahuan, talenta, dan pengalaman pegawai. *Human capital* merupakan sumber penambah nilai perusahaan yang sangat penting dan berbasiskan *skill*, pengetahuan, kompetensi, sikap dan agilitas pegawai. *Human capital* berkaitan dengan pengetahuan pegawai, kompetensi, *skill*, kapabilitas, dan inovasi (Edvinsoon dan Malone, 1997; Bontis, 1998; Shaari *et al.*, 2010; Isaac *et al.*, 2010).

*Human capital* merupakan sumber inovasi dan peningkatan, karena didalamnya terdapat pengetahuan, ketrampilan, dan kompetensi yang dimiliki oleh

karyawan perusahaan. *Human capital* dapat meningkat jika perusahaan dapat memanfaatkan dan mengembangkan pengetahuan, kompetensi, dan ketrampilan karyawannya secara efisien. Dengan memiliki karyawan yang berkeahlian dan berketerampilan, maka dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menjamin keberlangsungan perusahaan tersebut. Meningkatnya kinerja perusahaan juga akan meningkatkan persepsi pasar. Oleh karena itu, *human capital* merupakan sumber daya kunci yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga perusahaan mampu bersaing dan bertahan di lingkungan bisnis yang dinamis.

### **2.3.2 Customer Capital**

Bontis *et al.*, (2000) menyatakan *customer capital* berbasis pada pengetahuan untuk membuat kanal pemasaran dan hubungan dengan konsumen yang organisasi kembangkan dalam rangka pelaksanaan bisnis. *Customer capital* merupakan salah satu komponen penting dalam IC. *Customer capital* berbasis pada hubungan antara organisasi dan konsumennya. (Edvinsson dan Malone, 1997, Shaari *et al.*, 2010; Shih *et al.*, 2010).

Bontis *et al.*, (1998) juga berpendapat *customer capital* berbasis pada hubungan yang organisasi bangun dengan konsumen, supplier, dan *stakeholders*. Roos *et al.*, (1997) menyatakan hubungan dengan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan karena konsumen akan membeli produk atau jasa

yang dihasilkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, konsumen merupakan sumber utama untuk mendapatkan penghasilan bagi sebuah perusahaan. *Customer capital* merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah organisasi untuk memuaskan kebutuhan pelanggan (Shih *et al.*, 2011). Oleh karena itu, *customer capital* merupakan komponen penting dari IC dan *customer capital* berbasis pada kepuasan konsumen, loyalitas, dan jaringan kerja atau *network*.

### **2.3.3 Structural Capital**

Roos *et al.* (1998) menyatakan *structural capital* sebagai “apa yang tersisa dalam gedung perusahaan saat seluruh karyawan telah pulang ke rumah”. *Structural capital* dari sebuah organisasi merepresentasikan seluruh sumber daya non- manusia seperti *databases*, proses manual, strategi, rutinitas, dan kebijakan (Bontis *et al.*, 2000; Wu dan Tsai, 2005).

Stewart (1997) berpendapat *structural capital* menghasilkan sebuah lingkungan kerja untuk membantu pekerja meningkatkan pengetahuan mereka. Menurut Cohen dan Kaimenakis (2007), sebuah organisasi tidak dapat menguasai *human capital* yang dimilikinya, sementara *structural capital* menjadi milik organisasi seutuhnya dan dapat dibagikan. Amiri *et al.*, (2010) berpendapat *structural capital* adalah pengetahuan yang diciptakan oleh organisasi dan hal itu tidak dapat dipisahkan dari entitas organisasi tersebut. Pendapat yang berbeda diungkapkan oleh

Hoznavi dan Ramezan (2011), yang berpendapat bahwa *structural capital* lebih berhubungan dengan aspek sistem dan struktur dari sebuah organisasi.

*Structural capital* merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah organisasi guna menciptakan nilai tambah untuk produk yang dihasilkan dan untuk mendapatkan keuntungan kompetitif. Bontis (1998) berpendapat jika sebuah organisasi memiliki *structural capital* yang sangat buruk, maka akan sangat sulit untuk meraih manfaat penuh dari IC secara keseluruhan. Hoznavi dan Ramezan (2011) berpendapat *structural capital* yang kuat dapat membuat sebuah organisasi menarik manfaat secara maksimum dari IC yang dimilikinya. Dapat disimpulkan bahwa *structural capital* dari sebuah organisasi terdiri dari infrastruktur, sistem dan kebijakan, serta prosedur sebuah organisasi.

#### **2.3.4 Social Capital**

*Social capital* merupakan salah satu komponen yang penting dari IC. Nahapiet dan Ghoshal (1998) berpendapat sebuah organisasi yang memiliki *social capital* yang tinggi akan mendapatkan keuntungan kompetitif yang lebih dari para pesaingnya. Paldam (2000) berpendapat *social capital* adalah sebuah lem yang merekatkan organisasi dengan lingkungan sosial secara bersama-sama.

Cohen dan Prusak (2001) menyatakan *social capital* merupakan representasi dari nilai-nilai humanis berdasarkan kepercayaan dan jaringan personal. Mereka

menekankan tanpa inovasi dari *social capital*, proses berbagi pengetahuan dan produktivitas sebuah organisasi akan menurun secara drastis.

Nahapiet dan Ghoshal (1998) memperkenalkan tiga dimensi dari *social capital* yang telah diterima secara luas, yaitu struktur, nilai-nilai kognitif, dan hubungan dengan lingkungan. Bueno (2002) dan Bueno *et al.*, (2004) memberi penekanan *social capital* tidak boleh keliru diidentifikasi dengan *business capital* atau *customer capital*, yang berasal dari hubungan dengan konsumen, suplier, dan kompetitor. *Social capital* memainkan peran yang signifikan dalam pengembangan IC di dalam sebuah organisasi (Cohen dan Prusak, 2001; Bueno *et al.*, 2004).

*Social Capital* termasuk menjalin hubungan, sikap, dan nilai-nilai yang menjaga interaksi diantara masyarakat dan berkontribusi untuk pengembangan ekonomi dan social masyarakat (Yazdani dan Yagoubi, 2011). Ketiga dimensi dari *social capital* ini menciptakan nilai IC dari sebuah organisasi.

### **2.3.5 Technological Capital**

Dalam sistem ekonomi yang berbasiskan pengetahuan, peran dari *technological capital* telah diakui sangat penting. Fernandez *et al.*, (2000) menyatakan bahwa komponen *technological capital* diantaranya adalah inovasi produk dan produk teknologi. Bueno *et al.*, (2004) menyatakan *technological capital* merupakan aset tidak berwujud yang berbasis inovasi dan proses tehnik.

Menurut Ramirez (2010), *technological capital* adalah aset tidak berwujud dan berasal dari pengetahuan teknis. Ramezan (2011) menyatakan *technological capital* merupakan bagian dari *Intellectual Capital* dan merupakan kombinasi dari pengetahuan yang berkaitan dengan pengembangan dan sistem teknis dalam sebuah organisasi.

Kapabilitas teknologi yang dimiliki oleh organisasi, terutama pengetahuan mengenai teknologi yang dimiliki oleh perusahaan, dipandang sebagai salah satu fondasi dasar level kompetitif sebuah organisasi (Afuah, 2002; Nicholls-Nixon dan Woo, 2003; Zott, 2003; Wang *et al.*, 2004). Bueno *et al.*, (2004) menyatakan *technological capital* berbasis kepada *Research & Development* (R&D) dan teknologi informasi. Semakin tinggi tingkat *technological capital*, semakin dibutuhkan perlindungan dari upaya imitasi para pesaing, karena apabila kompetitor dapat meniru teknologi yang dimiliki, maka keuntungan kompetitif bagi perusahaan akan berkurang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *technological capital* merupakan salah satu komponen penting dari *intellectual capital* yang berbasiskan pada *Information Technology* (IT), R&D, dan perlindungan hak cipta.

#### **2.4 Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* (IC)**

Informasi mengenai IC merupakan hal yang penting dalam proses pengambilan keputusan *stakeholder*. Jensen dan Mecklings (1976) mengungkapkan

bahwa pengungkapan yang lebih luas mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh investor dan akhirnya mengurangi *cost of capital* perusahaan. Manajer diharapkan akan dapat mengungkapkan informasi mengenai IC untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan menyediakan informasi yang lebih baik mengenai posisi keuangan perusahaan dan mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh investor. Ibrahim *et al.*, (2012) mengungkapkan bahwa proses pengungkapan sukarela meningkatkan *output* pengungkapan.

Beberapa penelitian memfokuskan pada aspek-aspek spesifik dari IC, seperti pelaporan *human capital* (Bukh *et al.*, 2003). Abeysekera (2007) menyatakan bahwa perkembangan dari kerangka teoritis mendasari pengungkapan IC dan perkembangannya, dengan beberapa penelitian yang menghasilkan dasar teoritis yang kuat untuk menginterpretasikan penemuan tersebut. Literatur memberikan beberapa perspektif teoritis yang mungkin dapat membantu menjelaskan variasi dari pengungkapan IC. Parker (2007) mengidentifikasi akuntansi dengan topik mengenai IC sebagai topik utama untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Sebagian besar penelitian mengenai IC merupakan *cross-sectional* dan dilakukan secara spesifik di negara tertentu. Sementara penelitian lain melakukan studi komparatif secara internasional (Akhavan *et al.*, 2009).

Sebagian besar penelitian mengenai IC menggunakan *content analysis* sebagai metode penelitian, tetapi beberapa menggunakan survei kuesioner (Bontis, 1998). Penelitian Guthrie dan Petty (2000) mengenai praktik pelaporan IC menyatakan

bahwa pengungkapan lebih baik ditampilkan secara terpisah daripada menggunakan angka. Hal tersebut dilakukan untuk menterjemahkan pengungkapan menjadi sebuah ukuran yang memungkinkan penilaian dari berbagai bentuk tampilan IC. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan IC dari sudut pandang perusahaan. Cordazzo (2006) mengidentifikasi penerapan sistem pelaporan IC di Norwegia dan Spanyol. Habersam dan Piper (2003), melakukan studi kasus untuk mengetahui relevansi dan kesadaran akan IC pada rumah sakit. Ibrahim *et al.*, (2012) menemukan hubungan yang signifikan antara pengungkapan IC dengan ukuran serta tipe pengungkapan, tetapi tidak dengan persebaran kepemilikan, status international listing, tipe industri dan profitabilitas. Berdasarkan analisis terhadap perusahaan bioteknologi di Eropa selama tiga tahun, Cerbioni dan Parbonetti (2007) menemukan bahwa variabel-variabel yang berkaitan dengan pengelolaan perusahaan sangat mempengaruhi pengungkapan IC secara sukarela.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

Berbagai penelitian maupun hasil penelitian dari pengungkapan *Intellectual Capital* menunjukkan hasil yang berbeda, baik penggunaan metode maupun hasil penelitian. Hasil penelitian terdahulu akan disajikan dalam tabel pada halaman berikutnya

Tabel 2.1 Studi Pengungkapan IC oleh Para Peneliti

Peneliti	Tujuan	Desain Riset	Hasil Riset
De Pablos (2004)	Meneliti perbedaan pelaporan IC antara perusahaan di India dan perusahaan di Eropa	Desain Pelaksanaan: Studi kasus pada tiga perusahaan India, <i>Documenting</i> . Desain Sampel : Tiga perusahaan berbasis di India Desain Alat : <i>Documenting annual report</i> Desain Analisa: Review sejarah IC, Analisis pelaporan IC pada perusahaan sampel, menarik kesimpulan, saran	Pelaporan IC pada perusahaan yang berbasis di India berbeda dengan perusahaan yang berbasis di eropa. Pada perusahaan di India, pelaporan IC bersifat naratif, dan tidak berfokus pada model bisnis, visi, misi, seperti pelaporan IC pada perusahaan di Eropa secara umum.
Guthrie <i>et al.</i> , (2005)	Meneliti pengungkapan IC secara sukarela dan pengaruh ukuran serta jenis industri terhadap level pengungkapan IC pada perusahaan yang berbasis pada bidang teknologi dan farmasi di Hongkong dan Australia	Desain Pelaksanaan: Studi empiris Desain sampel : 50 perusahaan Australia dan 100 perusahaan Hongkong Desain alat: <i>Content analysis</i> Desain Analisa: <i>Modifikasi Sveiby IC framework, Numerical Coding,</i>	Tingkat pengungkapan IC pada kedua Negara rendah, dan disajikan dalam bentuk laporan kualitatif dibandingkan dengan laporan kuantitatif. Ukuran serta jenis industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan IC.

Ibrahim <i>et al.</i> , (2012)	Meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi IC pada perusahaan IPO Malaysia	Desain pelaksanaan: Studi empiris Desain sampel : 130 perusahaan IPO yang terdaftar dalam Bursa Malaysia tahun 2004-2008 Desain alat : <i>Documenting prospectus</i> Desain analisis : <i>Content analysis</i> untuk mengukur luas pengungkapan IC dan <i>multiple regresi</i>	Ukuran direksi, independensi direksi, usia, tingkat hutang, dan perusahaan <i>underwriter</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan IC pada prospektus. Sedangkan ukuran dan usia perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan
Joshi <i>et al.</i> , (2012)	Meneliti dan membandingkan pengungkapan IC oleh 20 perusahaan IT di Australia dan India.	Desain Pelaksanaan: Studi Empiris Desain sampel : 20 perusahaan IT yang terdaftar pada Bombay Stock Exchange dan Australian Stock Exchange tahun 2007-2008 Desain alat : <i>Review annual report</i> Desain analisis : Analisis statistik dan <i>content analysis</i>	Pelaporan IC lebih banyak dilakukan oleh perusahaan di India dibandingkan dengan perusahaan di Australia. Meskipun tingkat pengungkapan IC India lebih tinggi, tetapi secara umum pengungkapan IC pada kedua negara tersebut berada dalam level yang rendah.

Branswijck dan Everaert (2012)	Meneliti komitmen perusahaan dalam pengungkapan IC	Desain Penelitian: Studi Empiris Desain sampel : 55 perusahaan IPO yang berbasis di Belanda dan Belgia pada tahun 2005-2009. Desain Alat: <i>Documenting annual report</i> dan prospektus. Desain Analisis: <i>Content analysis</i> dan analisis regresi.	Perusahaan di kedua negara tersebut memiliki komitmen untuk melakukan pengungkapan informasi IC. Pengungkapan IC pada prospektus lebih tinggi dibandingkan dengan <i>annual report</i>

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2012

## 2.6 Conceptual Framework

Beberapa studi mengenai pengungkapan IC dalam prospektus menggunakan *content analysis* untuk menentukan apakah para stakeholder perusahaan telah diberikan informasi pengungkapan IC oleh perusahaan (Singh dan Van der Zahn, 2008). Pada saat IPO, jumlah *stakeholder* perusahaan mengalami peningkatan. *Stakeholder theory* menyatakan bahwa manajemen perusahaan harus mengambil langkah yang dianggap penting oleh para *stakeholder*. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan akan melakukan pengungkapan secara sukarela informasi IC untuk memenuhi kepentingan *stakeholder*.

Pengungkapan informasi IC bersifat sukarela, untuk itu manajer dapat memilih untuk mengungkapkan informasi yang dipercaya dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Teori ekonomi juga menyatakan bahwa pengungkapan informasi akan memperkecil asimetris informasi antara perusahaan dan stakeholder. Berdasarkan hal tersebut, maka komitmen perusahaan dalam pengungkapan informasi IC sangat penting untuk mengurangi asimetris informasi. Apabila perusahaan memiliki komitmen untuk melakukan pengungkapan IC, maka informasi pengungkapan IC dalam *annual report* satu tahun setelah IPO tidak akan jauh berbeda dengan informasi IC didalam prospektus.

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha mengirimkan sinyal untuk menarik investor. Karena itulah, informasi IC dalam prospektus akan lebih banyak dibandingkan dalam *annual report* satu tahun setelah IPO.

Semakin tua umur perusahaan, akan memiliki resiko yang lebih rendah (Jagi, 1997). Berdasarkan perspektif ini, jumlah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan berhubungan dengan umur perusahaan tersebut. Penelitian Jagi (1997) mengungkapkan, banyak informasi yang tidak akurat dalam prospektus perusahaan yang berusia muda.

Penelitian terdahulu menemukan hubungan antara level pengungkapan dengan ukuran perusahaan. Bruggen *et al.*, (2009) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki total aktiva lebih besar cenderung mengungkapkan lebih banyak

informasi. Hal ini disebabkan karena adanya keterkaitan antara biaya dan manfaat dari tindakan pengungkapan informasi. Perusahaan besar biasanya memiliki keunggulan biaya *competitive disadvantage* serta kecenderungan memiliki biaya yang lebih rendah dibanding perusahaan yang lebih kecil, sehingga memungkinkan pengungkapan yang lebih luas.

Bukh *et al.*, (2010) mengungkapkan, biaya yang harus dikeluarkan untuk menghasilkan laporan yang bersifat sukarela relatif tinggi untuk perusahaan kecil dibandingkan dengan perusahaan yang lebih besar. Perusahaan yang lebih besar cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi. Perusahaan yang besar lebih mungkin memiliki beragam produk dan beroperasi di berbagai wilayah, termasuk di luar negeri, sehingga informasi yang diungkapkan cenderung lebih kompleks (Murtanto, 2005). Perusahaan yang lebih besar juga lebih mungkin memiliki struktur kepemilikan yang lebih kompleks, sehingga lebih banyak pemegang saham akan memerlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan pemegang saham dan analis.

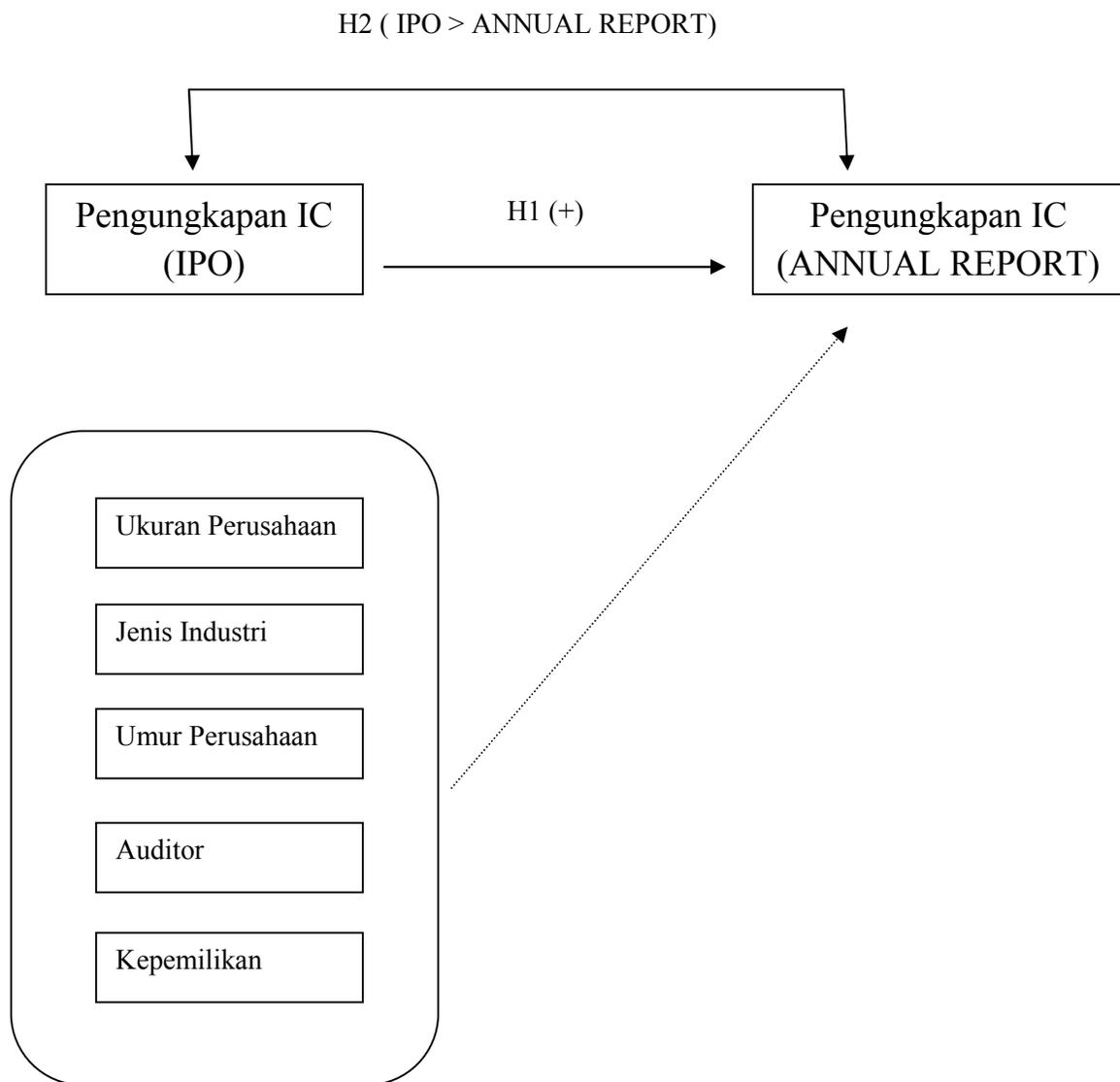
Berdasarkan pertimbangan sejarah, beberapa industri melaporkan lebih banyak pengungkapan dibandingkan dengan industri lainnya (Branswijck dan Everaert, 2012) . Oleh karena itu, jika ada satu perusahaan di dalam sebuah industri yang melaporkan secara sukarela pengungkapan IC, perusahaan lain dalam industry tersebut akan ikut melakukan hal yang sama. Hasil penelitian Cooke dan Wallace (1990) menunjukkan, perusahaan Jepang yang bergerak dalam industri bahan

konsumen melaporkan IC dalam laporan tahunannya secara lebih signifikan dibandingkan perusahaan dari industri lainnya. Wallace *et al.*, (1994) dan Dye dan Sridhar (1995) berpendapat, bahwa industri dimana perusahaan aktif didalamnya, akan mempengaruhi level pengungkapan sukarela sebuah perusahaan. Perusahaan yang memilih untuk tidak melakukan pengungkapan akan dipandang sebagai perusahaan yang ingin menyembunyikan agenda yang buruk. Tingkat atensi publik terhadap sebuah perusahaan juga akan mempengaruhi tingkat pengungkapan yang dilakukan.

Variabel kontrol lainnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah auditor yang melakukan audit terhadap perusahaan. Reputasi kantor akuntan publik yang memiliki nama besar akan memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan yang diaudit. Hal ini disebabkan oleh beberapa skandal akuntansi, contohnya skandal Enron. Kantor akuntan publik big four digunakan sebagai variabel yang ikut mempengaruhi tingkat pengungkapan.

Tingkat kepemilikan selama IPO dapat dilihat sebagai indikator kualitas sebuah perusahaan. Menurut O'Sullivan (2000), tingkat pengungkapan yang rendah cenderung dilakukan oleh perusahaan apabila porsi kepemilikan perusahaan yang bersangkutan tinggi. Apabila direktur tidak memiliki peran yang signifikan dalam perusahaan, dapat diharapkan perusahaan tersebut akan berani melakukan pengungkapan secara lebih intensif dalam rangka memenuhi fungsi monitoring.

Gambar 2.1

*Conceptual Framework*

## 2.7 Pengembangan Hipotesis

### 2.7.1 Komitmen Perusahaan Dalam Pengungkapan *Intellectual Capital* (IC)

Beberapa studi sebelum ini mengenai pengungkapan dalam prospektus dengan menggunakan metode *content analysis* untuk meneliti apakah group *stakeholder*, yang memiliki kepentingan dalam mengontrol aspek strategi perusahaan, telah diberi informasi mengenai pengungkapan IC selama IPO (Bukh *et al.*, 2004; Singh dan Van der Zahn, 2008).

Saat IPO, jumlah para *stakeholder* perusahaan mengalami peningkatan. Sebagai tambahan, berdasarkan *stakeholder theory*, manajemen perusahaan diharapkan untuk melakukan tindakan yang dianggap penting oleh para *stakeholder*. Berdasarkan ini, perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi mengenai kinerja IC untuk memenuhi harapan para *stakeholder* (Deegan, 2000).

Meskipun demikian, aturan akuntansi secara tradisional tidak mampu untuk memenuhi harapan ini karena cara baru dalam menciptakan nilai tidak diatur dalam model akuntansi secara tradisional. Hal ini menyebabkan perbedaan antara nilai buku perusahaan dengan nilai pasar perusahaan (Branjswick dan Everaert, 2012).

Nilai dari asset tidak berwujud dapat merepresentasikan lebih dari 60 persen asset bisnis (Lev, 2001), karena itu, kebutuhan untuk melaporkan secara sukarela informasi mengenai *Intellectual Capital* semakin meningkat.

Bahkan dalam pasar modal yang efisien, para manajer perusahaan memiliki informasi yang lebih banyak mengenai rencana perusahaan pada masa yang akan datang dibandingkan dengan investor. Jika aturan akuntansi tidak menentukan regulasi mengenai indikator penciptaan nilai, manajer harus membuat pilihan antara tidak mengungkapkan informasi ini (dan beresiko kehilangan calon investor) atau mengungkapkan informasi IC perusahaan (dan berpotensi menarik calon investor).

Karena pelaporan IC bersifat sukarela, manajer hanya akan mengungkapkan informasi jika informasi yang diungkapkan itu akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Depoers (2000), Vergauwen dan van Alem (2005), beberapa keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan antara lain adalah turunnya tingkat asimetris informasi antara perusahaan dengan pemakai laporan keuangan perusahaan.

Lebih jauh lagi, teori ekonomi menyatakan peningkatan komitmen perusahaan dalam pengungkapan IC akan menurunkan komponen asimetris informasi *cost of capital* perusahaan. Leuz dan Verrechia (2000) membuktikan, secara substansial, peningkatan level pengungkapan IC menghasilkan beberapa keuntungan ekonomi.

Karena keuntungan ekonomi yang akan didapatkan, perusahaan yang akan melakukan IPO akan memiliki insentif untuk mempertahankan level pengungkapan IC dalam laporan perusahaan lainnya (contohnya laporan tahunan perusahaan). Maka dari itu, dapat diasumsikan bahwa komitmen pengungkapan IC dimulai pada saat

prospektus dan ter-refleksikan di dalam laporan tahunan perusahaan tahun berikutnya. Hal ini menghasilkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>1</sub>: Perusahaan yang melaporkan lebih banyak informasi IC dalam prospektus pada saat IPO, akan melaporkan item pengungkapan IC yang lebih banyak dalam *annual report* tahun berikutnya dibandingkan perusahaan lain.**

### **2.7.2 Perbandingan Pengungkapan : Prospektus VS *Annual Report***

Penelitian Mather *et al.*, (2000) menjelaskan, manajemen sebuah perusahaan memiliki insentif yang sangat tinggi untuk menampilkan citra perusahaan sebaik mungkin untuk dapat memaksimalkan pendapatan pada saat penerbitan saham. Meskipun hal ini dapat menyebabkan *earnings management*, IPO prospektus menghasilkan jenis informasi yang telah dipilih secara selektif oleh perusahaan sebagai representasi perusahaan dalam hubungannya dengan investor dan para analis. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa manajemen perusahaan memandang prospektus sebagai brosur publisitas perusahaan, yang berisi detail seperti keberhasilan yang telah dicapai, *skill*, dan kemungkinan perusahaan untuk tumbuh. Semua detail ini berhubungan dengan IC yang dimiliki sebuah perusahaan.

Daily *et al.*, (2003) berpendapat bahwa IPO prospektus merupakan media pelaporan yang lebih tepat dibandingkan media pelaporan lainnya, karena dalam

prospektus, perusahaan bertanggung jawab langsung apabila ada informasi yang keliru dan tidak akurat. Maka dari itu, dibandingkan dengan *annual report*, prospektus biasanya berisi lebih banyak informasi mengenai proyeksi perusahaan di masa yang akan datang mengenai tingkat perkembangan dan laba, manajerial perusahaan, dan komposisi dewan direksi. Pada saat listing, perusahaan harus mampu meyakinkan calon investor untuk menanamkan modal.

Dibandingkan dengan IPO prospektus, investor bukanlah pihak tunggal yang akan membaca laporan tahunan perusahaan. Laporan tahunan perusahaan juga menyampaikan informasi kepada calon pekeja, *customers*, dan para *stakeholder* lainnya. Sebagaimana halnya laporan tahunan, prospektus dapat diasumsikan menghasilkan tambahan pengungkapan mengenai strategi jangka panjang perusahaan serta resiko yang dihadapi (Cumby dan Conrad, 2011). Oleh karena itulah, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : Perusahaan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai IC dalam prospektus dibandingkan dalam *annual report*.**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

##### 3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai (Sekaran, 2006). Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu variabel terikat, variabel bebas, dan variabel kontrol.

- 1) Variabel terikat (*dependen*) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (Indriantoro dan Supomo, 2009). Variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi (Sekaran, 2006). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan informasi IC dalam *annual report*.
- 2) Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif (Sekaran, 2006). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan informasi IC dalam prospektus.
- 3) Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak

dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti (Sekaran, 2006). Dalam penelitian ini, variabel kontrol yang digunakan adalah umur perusahaan, ukuran perusahaan, jenis industri, auditor, dan tingkat kepemilikan saham.

### **3.1.2 Definisi Operasional**

#### **3.1.2.1 Pengungkapan Informasi IC Dalam *Annual Report***

Pengungkapan informasi IC dalam *annual report* merupakan pengungkapan IC yang dilakukan oleh perusahaan satu tahun setelah IPO. Variabel ini mengukur berapa banyak butir atau elemen pengungkapan informasi IC yang diungkapkan perusahaan satu tahun setelah IPO. Pengukuran jumlah atribut pengungkapan IC dilakukan dengan menggunakan metode *content analysis*. Metode ini digunakan secara luas untuk mengukur jumlah pengungkapan dalam laporan perusahaan (Beattie dan Thomson, 2007). Atribut pengungkapan IC diambil berdasarkan penelitian Bukh *et al.*, (2004), yang terdiri dari empat puluh tujuh elemen yang dibagi kedalam enam *sub-group*, yaitu :

- 1) Pekerja
- 2) *Customers*
- 3) Teknologi Informasi
- 4) *Research and development*
- 5) Proses

## 6) Strategi

Untuk *sub-group* “Strategi”, tiga item ditambahkan untuk penelitian ini, yaitu:

- 1) Nama pesaing
- 2) Suplier
- 3) Akuisisi Bisnis

Lebih jauh lagi, *sub-group* “*Customers*” ditambahkan beberapa item, seperti :

- 1) Kepuasan pelanggan
- 2) Pengetahuan akan pelanggan

*Sub-group* “Pekerja” ditambahkan beberapa item, yaitu :

- 1) Tim Ahli
- 2) Serikat Pekerja
- 3) Asuransi
- 4) Karyawan kunci

Penambahan item-item ini untuk membedakan *index* yang digunakan dalam penelitian ini dengan *index* yang telah digunakan oleh penelitian terdahulu. Selain itu, penambahan *index* ini juga untuk memberikan tambahan perspektif baru item pengungkapan.

Berikut adalah tabel penjabaran item yang digunakan dalam *content analysis* :

Tabel 3.1 Item Pengungkapan IC

<b>Group</b>	<b>Item</b>
<b>Pekerja</b>	<b>13</b>
Staff dibedakan menurut usia	
Kewarganegaraan	
Pendidikan	
Program perekrutan	
Sistem Remunerasi	
Pengeluaran untuk pegawai	
Pelatihan karyawan	
Tim Ahli	
Asuransi	
Karyawan kunci	
Pensiun	
Keselamatan dan kesehatan pekerja	
Staff dibedakan berdasarkan departemen	
<b>Customers</b>	<b>6</b>
Kepuasan konsumen	
Hubungan dengan konsumen	
Jumlah pelanggan	
Nama pelanggan	
Penjualan tahunan	
<i>Market share</i>	
<b>Strategi</b>	<b>14</b>
<i>Brand</i> perusahaan	
Tanggung jawab sosial perusahaan	
Supplier	
Akuisisi bisnis	
Struktur organisasi perusahaan	
Budaya perusahaan	
Tekhnologi baru yang digunakan	
Performa perusahaan	
Program peningkatan kompetensi	
Partisipasi lingkungan	
Penggunaan bahan baku	
Sistem distribusi	
Strategi kemitraan perusahaan	

Tujuan serta alasan dari kemitraan	
<b>Research and development</b>	<b>4</b>
Pernyataan kebijakan dan strategi R&D	
Biaya R&D	
Rencana jangka panjang R&D	
License perusahaan	
<b>Proses</b>	<b>6</b>
Sistem komunikasi internal	
Lingkungan kerja	
Rencana program sosial	
Rencana program lingkungan	
Resiko usaha	
Komunikasi antar departemen	
<b>Teknologi dan Informasi</b>	<b>4</b>
Deskripsi investasi IT	
Deskripsi sistem teknologi informasi	
Aset <i>software</i> yang dimiliki	
Deskripsi fasilitas IT yang dimiliki	

Sumber : Bukh *et al.*, 2004

Bozzolan *et al.*, (2003) memperkenalkan skema pemberian nilai untuk *index* pengungkapan IC, dengan memberikan nilai 1 apabila berisi informasi yang bersifat kualitatif, dan nilai 2 apabila informasi bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini, nilai 1 diberikan apabila item pengungkapan mendeskripsikan pengungkapan IC secara umum, nilai 2 diberikan apabila item pengungkapan mendeskripsikan pengungkapan secara kualitatif, dan nilai 3 diberikan jika informasi yang diungkapkan bersifat kuantitatif. Total score penilaian *index Intellectual Capital* dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{SCORE} = \sum d_i$$

### 3.1.2.2 Pengungkapan Informasi IC Dalam Prospektus

Pengungkapan informasi IC dalam prospektus merupakan jumlah atribut informasi IC yang diungkapkan oleh perusahaan dalam prospektus pada saat perusahaan IPO. Variabel ini mengukur jumlah atribut informasi IC yang diungkapkan perusahaan di dalam prospektus. Pengukuran variabel ini menggunakan metode *content analysis*. Indeks pengungkapan diukur dengan menggunakan metode yang dikembangkan oleh Bozzolan *et al.*, (2003). Indeks pengungkapan informasi IC diperoleh dengan cara sebagai berikut :

- 1) Memberikan skor 1 untuk item IC yang diungkapkan secara umum, skor 2 jika informasi IC diungkapkan secara kualitatif, dan skor 3 jika informasi IC diungkapkan secara kuantitatif.
- 2) Skor yang diperoleh untuk setiap item pengungkapan IC dijumlahkan untuk mendapatkan total skor untuk masing-masing perusahaan.

### 3.1.2.3 Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan usia perusahaan pada saat memasuki IPO. Dalam penelitian ini, variabel umur perusahaan diukur dengan jumlah tahun yang telah berlalu sejak perusahaan didirikan sampai perusahaan mengikuti IPO.

Umur perusahaan = Rentang tahun sejak perusahaan didirikan sampai dengan IPO

#### 3.1.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan seberapa besar kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam penelitian ini, total asset digunakan sebagai *proxy* untuk ukuran perusahaan. Penelitian Fitriana (2009) menyatakan bahwa total asset lebih menunjukkan ukuran perusahaan dibandingkan dengan nilai kapitalisasi pasar.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Total Assets}$$

#### 3.1.2.5 Jenis Industri

Variabel jenis industri adalah industri dimana perusahaan aktif didalamnya. Wallace *et al.*, (1994) dan Dye dan Sridhar (1995) berpendapat, bahwa industri dimana perusahaan aktif didalamnya, akan mempengaruhi level pengungkapan sukarela sebuah perusahaan. Empat kategori industri digunakan dalam penelitian ini, yaitu industri perbankan, industri manufaktur, industri jasa, dan industri properti.

Cara pengukuran variabel jenis industri adalah dengan memberikan nilai 0 jika perusahaan tidak termasuk kedalam serikat industri dan nilai 1 jika perusahaan termasuk kedalam serikat industri, dengan industri perbankan digunakan sebagai *benchmark*.

### 3.1.2.6 Auditor

Variabel auditor adalah kantor akuntan publik yang mengaudit perusahaan. Reputasi kantor akuntan publik yang memiliki nama besar akan memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan yang diaudit (Ibrahim dan Ismail, 2012). Kantor akuntan publik yang termasuk kedalam kategori *big four* memiliki reputasi lebih baik dibandingkan kantor akuntan publik diluar *big four*. Anggota *big four* antara lain ([www.id.wikipedia.org](http://www.id.wikipedia.org)) :

- 1) Deloitte Touche Tohmatsu
- 2) Pricewaterhouse Coopers
- 3) Ernst & Young
- 4) Klynveld, Peat, Marwick, & Goerdeler (KPMG)

Sedangkan kantor akuntan publik Indonesia yang berafiliasi dengan kantor akuntan publik big four adalah ([www.id.wikipedia.org](http://www.id.wikipedia.org)) :

- 1) KAP Osman Bing Sario – berafiliasi dengan Deloitte Touche Tohmatsu
- 2) KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan – berafiliasi dengan Pricewaterhouse Coopers
- 3) KAP Purwantono, Suherman, & Surja – berafiliasi dengan Ernst & Young
- 4) KAP Sidharta & Widjaja – berafiliasi dengan Klynveld, Peat, Marwick, & Goerdeler (KPMG).

Variabel auditor diukur dengan memberikan angka 0 jika perusahaan menggunakan jasa auditor diluar *big four* dan afiliasinya, dan angka 1 diberikan jika perusahaan menggunakan jasa auditor *big four* dan afiliasinya.

### **3.1.2.7 Tingkat Kepemilikan Saham**

Tingkat kepemilikan saham adalah seberapa banyak tingkat kepemilikan saham yang dipertahankan oleh perusahaan pada saat IPO. Menurut O'Sullivan (2000), tingkat pengungkapan yang rendah cenderung dilakukan oleh perusahaan apabila porsi kepemilikan perusahaan yang bersangkutan tinggi.

Variabel tingkat kepemilikan saham diukur dengan melihat persentase kepemilikan saham yang dipertahankan oleh perusahaan pada saat IPO.

Tingkat kepemilikan saham = % saham yang dipertahankan pada saat IPO

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diinvestigasi oleh peneliti (Sekaran, 2006). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar mengikuti IPO pada BEI

tahun 2005-2010, yang berjumlah sebanyak 90 perusahaan yang bergerak dalam delapan bidang industri yang berbeda.

### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi, terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2006). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan IPO yang bergerak di dalam empat bidang industri yang berbeda, yaitu industri jasa, industri perbankan, industri manufaktur, dan industri properti. Pemilihan empat sektor industri dilakukan, karena berdasarkan penelitian Cooke dan Wallace (1994), tingkat pengungkapan IC yang dilakukan perusahaan dipengaruhi oleh jenis industri, oleh karena itu, penelitian ini mencoba menginvestigasi level pengungkapan IC pada empat sektor industri yang berbeda.

Perusahaan yang bergerak dalam industri jasa, perbankan dan properti mewakili apa yang disebut sebagai perusahaan yang berbasiskan “*knowledge economy*”, karena dalam industri ini berbasis pada ekonomi pengetahuan, dengan ujung tombak pada penguasaan teknologi dan informasi, serta memahami apa yang diinginkan konsumen dan bagaimana mengirimkannya dengan cepat dan efisien (Ramezan, 2011). Selain itu, dalam industri ini, peran sumber daya manusia dan teknologi sangat besar, contohnya adalah bagaimana peran promosi secara personal maupun lewat media sangat dibutuhkan untuk mendapatkan kepercayaan dari

pelanggan, dan peran teknologi yang sangat besar. Sebaliknya, industri manufaktur mewakili tipe perusahaan konvensional, dimana peran *tangible asset* masih dominan dalam kegiatan operasional (Bruggen, 2009). Penelitian mengenai tingkat pengungkapan IC antara perusahaan yang bergerak dalam industri “*knowledge economy*” dibandingkan dengan perusahaan yang bergerak pada industri “*Conventional*” sangat menarik untuk dilakukan, karena perbedaan filosofi dalam memandang IC.

Periode pengamatan dalam penelitian ini adalah tahun 2005-2011. Pemilihan tahun ini berdasarkan pada adanya keterbatasan sumber data berupa *annual report* tahun 2012, sehingga tidak dimungkinkan diperpanjang periode penelitian hingga tahun 2012.

Pengambilan sampel perusahaan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dengan tujuan tertentu. Sampel sengaja dipilih agar dapat mewakili populasinya yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan penelitian ini. Oleh karena itu, beberapa kualifikasi sampel yang memenuhi kriteria adalah sebagai berikut:

Kualifikasi sampel yang memenuhi kriteria:

- a) Perusahaan yang IPO pada tahun 2005 hingga 2010 serta menerbitkan *annual report* satu tahun setelah IPO.

- b) Perusahaan yang termasuk dalam industri jasa, perbankan, properti, dan manufaktur
- c) Perusahaan yang memiliki laba bersih positif.

Daftar perusahaan sampel ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 3. 2 SAMPEL PENELITIAN

Industri Perbankan	Industri Jasa	Industri Manufaktur	Industri Properti
Bank Bumi Arta	Arpeni Pratama Tbk	Multistrada Arah Sarana Tbk	Total Bangun Persada
Bank Saudara	Indonesian Air Transport Tbk	Central Proteinamina	Alam Sutera Realty Tbk
Bank Bukopin	Media Nusantara Citra	Sat Nusapersada Tbk	Rukun Raharja
Bank Capital	White Horse Tbk	Kertas Basuki Tbk	Bukit Darmo Property
Bank Multicor	Hotel Mandarine Regency Tbk	Sekawan Inti Pratama Tbk	Cowell Development
Bank Ekonomi Raharja	Kokoh Inti Arebama	Yanaprima Hastapersada Tbk	Ciputra Property
Bank Tabungan Pensiunan Negara	Destinasi Tirta Nusantara Tbk		Wijaya Karya
Bank Tabungan Negara	Sumber Alfaria Trijaya Tbk		Bekasi Asri Pemula Tbk
Bank Jabar dan Banten Tbk	Multifilling Mitra Indonesia Tbk		Bumi Serpong Damai Bumi Citra Permai Tbk Metropolitan Kentjana
			Agung Podomoro Land
			PT Pembangunan Perumahan Tbk

Sumber : Data sekunder yang diolah (2012)

### 3.3 Jenis dan Prosedur Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari *website* BEI, pojok BEI Undip dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3.4 Metode Analisis Data

#### 3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memnberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2006).

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data sehingga menjadikan sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah untuk dipahami. Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Tujuan pengujian ini adalah mempermudah pemahaman terhadap variable-variabel yang digunakan. Statistik deskriptif yang digunakan adalah nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum, serta standar deviasi.

### **3.4.2 Uji Asumsi Klasik**

Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dulu memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji *heteroskedastisitas*.

#### **3.4.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model sebuah regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya terdistribusi secara normal. Untuk mengetahui bentuk distribusi data, bisa dilakukan dengan grafik distribusi dan analisis statistik. Pengujian dengan grafik distribusi dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dalam penelitian ini untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan program SPSS dengan analisis grafik Normal Probability Plot dan Uji Kolmogorov Smirnov (Ghozali, 2006).

### 3.4.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen pada model regresi. Untuk menguji multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya (Ghozali, 2006).

### 3.4.2.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya maupun nilai periode sesudahnya sehingga memungkinkan pengukuran dengan menggunakan sampel yang relatif tidak terlalu besar untuk penelitian (Ghozali, 2006). Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson (D-W).

Menurut Ghozali (2006), pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari ketentuan berikut:

- a) Bila nilai D-W terletak diantara batas atas ( $D_u$ ) dan ( $4-d_u$ ), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b) Bila nilai D-W lebih rendah daripada batas bawah atau *lowerbound*( $d_l$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasipostif.

- c) Bila nilai D-W lebih besar daripada (4-dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- d) Bila nilai D-W terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau D-W terletak diantara (4-du) dan (4-dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

### 3.4.2.3 Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Gejala varians yang tidak sama ini disebut dengan *heterokedastisitas*, sedangkan adanya gejala residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain disebut dengan *homokedastisitas* (Ghozali, 2006). Uji *heteroskedastisitas* dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID), dimana sumbu X adalah yang diprediksi dan sumbu Y adalah residual. Dasar pengambilan keputusan yang diambil adalah sebagai berikut:

- a) Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi *heteroskedastisitas*.
- b) Jika tidak ada yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* (Ghozali, 2007).

### 3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Hipotesis akan diuji menggunakan regresi linear. Model analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Score\_AR}_j &= \lambda_0 + \lambda_1 \text{Score\_IPO} + \lambda_2 \text{Ukuran Perusahaan}_j + \lambda_3 \text{Perbankan}_j + \\ &\lambda_4 \text{Properti}_j + \lambda_5 \text{manufaktur}_j + \lambda_6 \text{Jasa}_j + \lambda_7 \text{Umur perusahaan}_j + \\ &\lambda_8 \text{Auditor} + \lambda_9 \text{Kepemilikan} + \mu_j \end{aligned}$$

Dimana :

$\text{Score\_AR}_j$  = Indeks pengungkapan IC untuk *annual report* satu tahun setelah IPO

$\text{Score\_IPO}_j$  = Indeks pengungkapan IC untuk *prospectus* pada tahun saat IPO

$\text{UkuranPerusahaan}_j$  = Total asset perusahaan<sub>j</sub> pada saat *prospectus*

$\text{Perbankan}_j$  = Variabel *dummy*, nilai 1 jika perusahaan termasuk dalam serikat industri dan 0 jika tidak

$\text{Properti}_j$  = Variabel *dummy*, nilai 1 jika perusahaan termasuk dalam serikat industri dan 0 jika tidak, dengan industri perbankan sebagai *benchmark*

$\text{Manufaktur}_j$  = Variabel *dummy*, nilai 1 jika perusahaan termasuk dalam serikat industri dan 0 jika tidak, dengan industri perbankan sebagai *benchmark*

Jasa <sub>j</sub>	= Variabel <i>dummy</i> , nilai 1 jika perusahaan termasuk dalam serikat industri dan 0 jika tidak, dengan industri perbankan sebagai <i>benchmark</i>
Umur Perusahaan <sub>j</sub>	= <i>Gap</i> antara tahun perusahaan <sub>j</sub> didirikan hingga mengikuti IPO
Auditor <sub>j</sub>	= Variabel <i>dummy</i> , nilai 1 jika perusahaan diaudit oleh KAP <i>big 4</i> dan afiliasinya, dan 0 jika oleh KAP diluar <i>big four</i> dan afiliasinya
Kepemilikan <sub>j</sub>	= Jumlah saham yang dimiliki oleh <i>owners</i> pada saat IPO, diekspresikan dalam persentase (%)

#### 3.4.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R)

Uji koefisien determinasi (R) dilaksanakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dilihat dari koefisien *standardized* yang memberikan nilai *path* atau jalur. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai *adjusted R2* yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

#### **3.4.3.4 Uji Signifikansi F**

Uji signifikansi F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel independen (Ghozali, 2006). Apabila uji signifikansi F menunjukkan nilai  $p < 0,05$  maka hipotesis nol dapat ditolak.

#### **3.4.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (uji statistik t)**

Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih besar dari t tabel, membuktikan bahwa variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2006).

#### **3.4.3.4 Paired t Test**

*Paired t Test* bertujuan untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki rata-rata yang berbeda dan membandingkan rata-rata dua kelompok yang tidak berhubungan satu dengan yang lainnya. Apakah kedua kelompok tersebut mempunyai nilai rata-rata yang sama atautkah tidak secara signifikan. *Paired t Test* dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dua sampel penelitian yang digunakan (Ghozali, 2006).