

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*
TERHADAP
*BUSINESS PERFORMANCE***
(Studi Persepsi Karyawan PT BPR Setia Karib Abadi Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

KARLINA HAYU MUMPUNI
NIM. C2C008073

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Karlina Hayu Mumpuni
Nomor Induk Mahasiswa : C2C008073
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*
TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE
(Studi Persepsi Karyawan PT BPR Setia
Karib Abadi Semarang)**
Dosen Pembimbing : Dr. H. Raharja, M.Si., Akt.

Semarang, 20 Maret 2013

Dosen Pembimbing,



(Dr. H. Raharja, M.Si., Akt.)



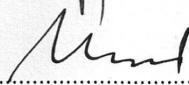
NIP. 194911141980011001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Karlina Hayu Mumpuni
Nomor Induk Mahasiswa : C2C008073
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*
TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE
(Studi Persepsi Karyawan PT BPR Setia
Karib Abadi Semarang)**

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 27 Maret 2013

Tim Penguji:

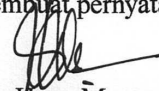
1. Dr. H. Raharja, M.Si., Akt. (..........)
2. Dr. Hj. Indira Januarti, M.Si., Akt. (..........)
3. Drs. Dul Muid., M.Si., Akt. (..........)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Karlina Hayu Mumpuni, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE*** (Studi Persepsi Karyawan PT BPR Setia Karib Abadi Semarang), 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 mengambil 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 diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari 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, 18 Maret 2013
Yang membuat pernyataan,



(Karlina Hayu Mumpuni)
NIM. C2C008073

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation effect of intellectual capital (human capital, structural capital, and customer capital) to business performance (office-workers perceptiveness case on Limited Company of BPR Setia Karib Abadi Semarang). This research is based on the importance of intellectual capital (human capital, structural capital, and customer capital) to create competitive advantage to go into business performance improvement of PT BPR Setia Karib Abadi Semarang.

The endogenous / dependent variable in this study is business performance and the exogenous / independent variable is intellectual capital (human capital, structural capital, and customer capital). The data in this study consist of the primary data that taken from questionnaires distributed directly to the respondent. Data collected from 38 respondents who are office-workers in various divisions of PT BPR Setia Karib Abadi Semarang. The hypothesis in this study were analyzed using analysis techniques PLS (Partial Least Square) trough the smartPLS software.

The results of this research showed that human capital have negative and no significant impact on business performance, structural capital have positive and significant impact on business performance, customer capital have positive and significant impact on business performance, meanwhile intellectual capital (human capital together with customer capital and structural capital) have positive and significant impact on business performance.

Keywords : Intellectual capital, human capital, structural capital, customer capital, business performance, Partial Least Square (PLS).

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi *intellectual capital* (*human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*) terhadap *business performance* (studi persepsi karyawan PT BPR Setia Karib Abadi Semarang). Penelitian ini dilatarbelakangi pentingnya *intellectual capital* (*human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*) untuk menciptakan keunggulan bersaing sehingga meningkatkan kinerja perusahaan (*business performance*) pada PT BPR Setia Karib Abadi Semarang.

Variabel endogen/dependen dalam penelitian ini adalah *business performance* dan variabel eksogen/independennya adalah *intellectual capital* (*human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*). Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan langsung kepada responden. Data yang berhasil dikumpulkan berasal dari 38 responden yang merupakan karyawan di berbagai divisi PT BPR Setia Karib Abadi Semarang. Hipotesis dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *human capital* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *business performance*, *structural capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*, *customer capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*, sementara itu *intellectual capital* (*human capital*, *customer capital*, dan *structural capital* secara bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*.

Kata kunci : modal intelektual (*intellectual capital*), *human capital*, *structural capital*, *customer capital*, kinerja perusahaan (*business performance*), *Partial Least Square* (PLS).

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP *BUSINESS PERFORMANCE* (Studi Persepsi Karyawan PT BPR Setia Karib Abadi Semarang)”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Kepada semua pihak yang senantiasa telah memberikan bantuan dan motivasi kepada penulis hingga tersusun skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Dr. H. Raharja, M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, bantuan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.

4. Dr. Etna Afri Yuyeta, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
6. Seluruh staf di Kantor Koperasi Jasa Audit milik Dr. H. Raharja, M.Si., Akt., terimakasih atas keramahan dan seluruh bantuan yang diberikan kepada penulis.
7. Kedua orang tuaku yang selalu kucintai, Ibu Tri Haryanti dan Bapak Suparwan yang senantiasa sabar dalam mendidik penulis, mencurahkan kasih sayang dan perhatiannya, dan selalu menjadi panutan yang baik bagi penulis.
8. Kakak-kakakku (M. Agus Widiyanto, Fitriana L., Tri Handoyo, Narulita P., Ganang Saputro) dan keponakan-keponakanku tersayang (Dzaki Rafa Daniswara dan Jazilo Ghafara Saputro) yang selalu memberikan motivasi, nasihat, menemani, dan membuat senang hati penulis dimanapun berada.
9. Sahabatku, Leo Wibowo Wicaksana, yang senantiasa membantu penulis, memberikan motivasi dan semangat, menghibur, mengingatkan penulis dalam kebaikan dan menambah warna dalam kehidupan penulis.
10. Dian Ratna, Aayyu, Nucky, Ucix, Lele yang tak bosan mendengarkan cerita penulis, memotivasi, membuat hati penulis senang, dan membesarkan hati penulis dikala sedih.
11. Sahabat-sahabatku: Fajar, Ayu Martaning, Tri Wulandari, Ratri Dian, Sekar, Sheren, Ika Surya, Arum Dwijayanti, Dewi, Yuliana, Yuni, Tri Riczqi, Rini,

Siti Kurnia, Prima, Mira, Tri Wahyuni, Rani, Dita, Astri, Zul, Rifka, Silvi, Dian, Tami yang telah menemani penulis selama proses pembelajaran di kelas, memberikan semangat, dan memberikan warna dalam bagian kehidupan penulis.

12. Seluruh teman-teman Akuntansi dan Manajemen 2008-2011, penulis ucapkan terima kasih atas kebersamaan dan bantuannya.
13. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
14. Ibu Lia dan seluruh karyawan PT BPR Setia Karib Abadi Semarang yang telah bersedia menjadi responden penelitian penulis.
15. Seluruh senior dan teman-teman UKM Kesenian Jawa UNDIP yang menjadi bagian dari sumber pembelajaran penulis.
16. Tim KKN Jepang Pakis; Khayu, Tyas, Ve, Vian, Rizal, Gilang, Ghozali, Feri, Umam. Semoga kita bisa berjumpa bersama kembali.

Penulis ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan motivasi. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan kepada Allah SWT, semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak.

Semarang, 18 Maret 2013

Karlina Hayu Mumpuni

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini kusembahkan untuk
Ibu dan Bapak yang selalu kusayangi dan kuhormati ...
Terimakasih selalu mencurahkan kasih sayang, kesabaran, perhatian, dan
pengorbanan yang luar biasa untukku ...
Akan selalu kupanjatkan doa untuk kesehatan, kebahagiaan, dan
keselamatan bagi Ibu dan Bapak ...
" I will always love you so much" dan hal yang paling bahagia untukku
adalah ketika melihat Ibu dan Bapak tersenyum bahagia ^.^ (punik)*

*"Sesungguhnya sesudah ada kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu telah
selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang
lain) dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap"*

(QS. Al-Insyirah ayat 6-8)

*"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia
mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa
(dari kejahatan) yang dikerjakannya"*

(QS. Al-Baqoroh ayat 286)

*"Dengan Ilmu Kehidupan Menjadi Mudah, Dengan Seni Kehidupan Menjadi Indah, Dengan
Agama Kehidupan Menjadi Terarah Dan Bermakna" (KH. Muhtí Alí)*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Stakeholder Theory</i>	14
2.1.2 <i>Resources Based Theory</i>	16
2.1.3 Teori Persepsi	19
2.1.4 <i>Intellectual Capital</i>	24
2.1.5 <i>Intellectual Capital</i> Sebagai Bagian dari <i>Intangible Assets</i>	29

2.1.6	<i>Business Performance</i>	33
2.1.7	BPR Sebagai Lembaga Perbankan	34
2.1.8	Penelitian Terdahulu	37
2.2	Kerangka Pemikiran	40
2.3	Perumusan Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.2	Populasi dan Sampel	51
3.3	Jenis dan Sumber Data	52
3.4	Metode Pengumpulan Data	52
3.5	Metode Analisis	53
3.5.1	Alat Uji Hipotesis	53
3.5.2	Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		58
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	58
4.2	Analisis Data	62
4.2.1	Statistik Deskriptif	62
4.2.2	Menilai <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i>	66
4.2.2.1	<i>Convergent validity</i>	67
4.2.2.2	<i>Discriminant Validity</i>	69
4.2.2.3	<i>Composite Reliability</i>	71
4.2.3	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
4.2.4	Pengujian Hipotesis	76
4.2.4.1	Pengujian Hipotesis 1	76
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis 2	77
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis 3	77
4.2.4.4	Pengujian Hipotesis 4	78

4.3 Interpretasi Hasil	79
4.3.1 Pengaruh <i>human capital</i> terhadap <i>business performance</i>	79
4.3.2 Pengaruh <i>structural capital</i> terhadap <i>business performance</i>	81
4.3.3 Pengaruh <i>customer capital</i> terhadap <i>business performance</i>	82
4.3.4 Pengaruh <i>intellectual capital</i> terhadap <i>business performance</i>	84
BAB V PENUTUP	86
5.1 Simpulan	86
5.2 Keterbatasan	87
5.3 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Skema Elemen-Elemen <i>Intellectual Capital</i>	25
Tabel 2.2 Perbandingan Standar Akuntansi tentang Aktiva Tidak Berwujud ..	30
Tabel 2.3 Penelitian-Penelitian Empiris tentang Hubungan <i>Intellectual Capital</i> dan <i>Business Performance</i>	37
Tabel 4.1 Ringkasan Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	59
Tabel 4.2 Profil Responden	61
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	63
Tabel 4.4 Rentang Kategori Skor Variabel	63
Tabel 4.5 <i>Outer Loading (Measurement Model)</i>	67
Tabel 4.6 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	69
Tabel 4.7 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbachs Alpha</i>	71
Tabel 4.8 <i>R Square</i>	73
Tabel 4.9 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	74
Tabel 4.10 Kesimpulan Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	22
Gambar 2.2 Instituti Perbankan Indonesia	35
Gambar 2.3 <i>Diamond Specification</i> Model Penelitian Bontis (1998b)	40
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT BPR Setia Karib Abadi	60
Gambar 4.2 Model Struktural <i>Human Capital, Structural Capital, Customer Capital</i> terhadap <i>Business Performance</i>	72
Gambar 4.3 Model Struktural <i>Intellectual Capital</i> terhadap <i>Business Performance</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner bagi Responden	96
Lampiran B Tabulasi Skor Jawaban Responden	103
Lampiran C <i>Output</i> SPSS Statistik Deskriptif	107
Lampiran D SmartPLS <i>Reports</i>	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya perekonomian global¹ dan inovasi² teknologi, memunculkan persaingan yang ketat dan memaksa perusahaan-perusahaan mengubah cara mereka dalam mengelola bisnisnya. Selain itu terjadi pula fenomena pergeseran tipe masyarakat industrialis ke masyarakat pengetahuan. Hal tersebut ditandai dengan adanya perubahan radikal dalam dunia bisnis dari ekonomi berbasis produksi menjadi ekonomi berbasis pengetahuan³ (Drucker, 1993 ; Powell dan Snelman, 2004 dalam Huang dan Wu, 2010).

Di masa sekarang ini, kekayaan dan pertumbuhan ekonomi terutama dikendalikan oleh *intangible assets*. Hal ini didukung dengan fakta bahwa perkembangan ekonomi baru-baru ini lebih bergantung pada nilai yang diciptakan oleh aset tak berwujud daripada kepemilikan aset fisik perusahaan. *Intangible assets* yang dimaksud adalah modal intelektual (*intellectual capital*) yang diakui sebagai landasan individual, organisasional, dan persaingan umum di abad-21 (Bounfour dan Edvinsson, 2005) dalam (Cabrita dan Vaz, 2006). Oleh sebab itu

¹ Globalisasi dunia bisnis tidak sekedar melakukan bisnis di beberapa negara di dunia, tetapi juga berbisnis dengan cara menjaga keseimbangan antara kualitas global dan kebutuhan khas/unik (martaleni, 2011).

² Inovasi adalah penemuan-penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (Kamus Bahasa Indonesia).

³ Pada ekonomi berbasis pengetahuan, keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan tidak lagi ditentukan oleh kepemilikan dan penggunaan faktor-faktor produksi konvensional seperti mesin-mesin atau tenaga kerja lainnya, tetapi lebih pada penggunaan faktor produksi berbasis pengetahuan, inovasi, dan teknologi (Rahardian, 2011).

agar dapat terus bertahan, perusahaan-perusahaan mengubah bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor-based business*) menuju bisnis berdasarkan pengetahuan (*knowledge based business*) dengan karakteristik utama ilmu pengetahuan (Sawarjuwono dan Kadir, 2003).

Ilmu pengetahuan merupakan kunci bagi pelaku bisnis untuk dapat meraih posisi dalam persaingan dunia bisnis yang semakin ketat. Dalam sistem manajemen yang berbasis pengetahuan (*knowledge management*⁴), modal konvensional seperti sumber daya alam, sumber daya keuangan, dan aset fisik lainnya menjadi kurang penting dibandingkan dengan modal yang berbasis pada pengetahuan dan teknologi. Dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi maka akan diperoleh cara penggunaan sumber daya lainnya secara efektif, efisien, dan ekonomis sehingga dapat memberikan keunggulan dalam bersaing (Rupert dalam Widjanarko, 2006).

Modal intelektual yang terdiri dari (*human capital, structural capital, dan customer capital*) merupakan pendorong utama inovasi dan keunggulan kompetitif dalam ekonomi berbasis pengetahuan yang telah berkembang saat ini (Teece, 2000). Guthrie (2009) menyatakan bahwa kesuksesan perusahaan tidak hanya berasal dari manfaat aset berwujud, perusahaan juga bergantung pada akses informasi tidak berwujud dan penciptaan pengetahuan (*knowledge creation*)⁵

⁴ Tiwana et al. (2005) mendefinisikan *knowledge management* sebagai pengelolaan bisnis, pelanggan dan proses pengetahuan serta aplikasi untuk menambah nilai dan membedakan produk dan jasa yang diberikan.

⁵ *Knowledge creation* adalah kemampuan organisasi secara keseluruhan untuk menciptakan pengetahuan baru yang merupakan hasil konversi antara pengetahuan *tacit* dan pengetahuan *explicit* yang diwujudkan melalui empat proses (model SECI) (Bontis et al., 2000 dalam Fajariyah, 2012).

sebagai sumber daya utama menuju kesuksesan. Wu (2002) berpendapat bahwa untuk perusahaan berbasis pengetahuan, penciptaan, akumulasi, *sharing*, dan integrasi pengetahuan adalah sebuah momentum dalam menciptakan nilai perusahaan dan keberlanjutan operasi. Penciptaan, pengelolaan, pengukuran, dan evaluasi merupakan inti dari *intellectual capital* yang menjadi indikator penting dalam keunggulan kompetitif perusahaan.

Perhatian terhadap praktek pengelolaan aset tidak berwujud (*intangible assets*) telah meningkat sejak tahun 1990-an (Harrison and Sullivan, 2000). Terdapat beberapa macam pendekatan yang digunakan untuk menilai dan mengukur *intangible assets*, salah satunya adalah melalui penilaian dan pengukuran *intellectual capital* yang telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai bidang, baik manajemen, teknologi informasi, sosiologi, maupun akuntansi (Petty and Guthrie 2000 dalam Ulum, 2008; Sullivan and Sullivan, 2000). Kompleksnya perkembangan ekonomi, yang secara prinsip didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan ilmu pengetahuan, memicu tumbuhnya ketertarikan dalam *intellectual capital* (Petty and Guthrie; Bontis et. al dalam Ulum, 2008).

Praktik pengungkapan informasi *intellectual capital* (IC) di dalam laporan tahunan perusahaan telah menjadi tema yang menarik banyak peneliti di berbagai negara (lihat misalnya: Williams, 2001; Brennan, 2001; Olsson, 2001; April *et al.*, 2003; Bozzolon *et al.*, 2003; Chen *et al.*, 2005; Tan *et al.*, 2007; dan Ulum, 2008a,b; 2009). Tema ini menjadi menarik karena IC diyakini sebagai faktor penggerak dan pencipta nilai perusahaan (*value driver & creation*). Hal

tersebut ditandai dengan adanya beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa IC berkontribusi signifikan terhadap kinerja perusahaan (lihat: Ulum, 2008a,b; 2009; Tan *et al.*, 2007; dan Chen *et al.*, 2005).

Permasalahan *intellectual capital* sebenarnya adalah terletak pada pengukurannya. Para peneliti berusaha menemukan cara yang dapat diandalkan untuk mengukur *intangibile assest* dan *intellectual capital*. Bertolakbelakang dengan meningkatnya pengakuan IC dalam mendorong nilai dan keunggulan kompetitif perusahaan, pengukuran yang tepat terhadap IC perusahaan belum dapat ditetapkan. Misalnya, Pulic (1998; 1999; 2000) tidak mengukur secara langsung IC perusahaan, tetapi mengajukan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan (VAIC™)⁶.

Di dalam *International Federation of Accountants (IFAC)*, *intellectual capital* sinonim dengan *intellectual property* (hak intelektual), *intellectual asset* (aset intelektual), dan *knowledge asset* (aset pengetahuan), modal ini dapat diartikan sebagai saham atau modal yang berbasis pada pengetahuan yang dimiliki perusahaan. Hal tersebut juga merupakan hasil akhir dari proses transformasi pengetahuan atau pengetahuan itu sendiri yang dijadikan dalam bentuk aset atau hak intelektual perusahaan. Lebih lanjut, IFAC juga mengestimasi bahwa pada saat ini 50%-90% nilai perusahaan ditentukan oleh manajemen atas *intellectual capital*, bukan manajemen terhadap aset tetap. *Intellectual capital* sendiri

⁶ *Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™)* mengindikasikan kemampuan intelektual organisasi. VAIC™ dapat juga dianggap sebagai *Business Performance Indicator* (Ulum, dkk 2008).

merupakan interaksi dari *human capital*, *customer capital*, dan *structural capital* (Bontis dalam Ulum, 2008).

Di Indonesia penilaian dan pengungkapan IC belum diatur secara rinci dan pasti, tetapi secara tidak langsung disinggung dalam PSAK No. 19 yang menjelaskan mengenai aset tidak berwujud (*intangible assets*). Menurut PSAK No. 19 (revisi 2010), aset tidak berwujud adalah aset 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. Beberapa contoh *intangible aset* antara lain ilmu pengetahuan dan teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar dan merek dagang (termasuk merek produk) (PSAK No. 19, revisi 2010). Pengetahuan yang dimaksud dapat termasuk *intellectual capital* sebagai alat ampuh dalam kompetisi perusahaan.

Perkembangan ekonomi yang semakin kompleks, memunculkan isu dalam penelitian bidang *intellectual capital*. Salah satunya mengenai pengungkapan *intellectual capital*. Terdapat beberapa konsep pengukuran *intellectual capital* yang telah dikembangkan oleh para peneliti, jika ditelaah lebih lanjut maka metode yang dikembangkan tersebut dapat dikelompokkan dalam dua kelompok, yaitu : pengukuran *non monetary (non financial)* dan pengukuran *monetary (financial)* (Hartono dalam Sawarjuwono dan Kadir, 2003).

Kinerja perusahaan (*business performance*) yang baik merupakan salah satu tujuan perusahaan. Di dalam sistem kontrol formal ukuran kinerja meliputi

ukuran *financial* dan *non financial* (Fisher, 1998) dalam (Astuti dan Sabeni, 2005). Indikator kinerja perusahaan yang baik antara lain dapat berupa meningkatnya produktivitas, pertumbuhan penjualan, peningkatan laba, dan unggul dalam persaingan. Dalam merealisasikan kinerja perusahaan yang baik tersebut dibutuhkan suatu inovasi yang dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. *Intellectual capital* (yang terdiri dari *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*) dapat menghasilkan inovasi yang mendorong peningkatan kinerja bagi perusahaan.

Sementara itu, proses produksi membutuhkan faktor fisik dan *intellectual capital* seperti yang dinyatakan oleh Goh (2005). Dalam sektor agrikultur dan industri, faktor fisik dan bahan baku lebih penting daripada *intellectual capital* dalam proses penciptaan kekayaan. Di sektor lain, yang lebih mengutamakan pengetahuan seperti industri perbankan, *intellectual capital* merupakan peran yang lebih penting dalam penciptaan kekayaan daripada faktor fisik.

Industri perbankan Indonesia mempunyai fungsi utama sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, ke arah peningkatan taraf hidup rakyat banyak (Bank Indonesia, 2010). Dalam perkembangannya, perbankan telah mulai mengintegrasikan profesionalitas dan kebutuhan pasar untuk menyadari adanya keuntungan dari pengetahuan akan keuangan dan manajemen risiko. Kondisi tekanan perbankan akan regulasi yang mengikat, ketidakpastian lingkungan, serta krisis yang menjulang tinggi,

mendorong perbankan agar tidak hanya mengintegrasikan tenaga kerja, aset keuangan, dan aset berwujud yang dimilikinya, tetapi juga meningkatkan kemampuan dalam manajemen *intellectual capital* (*human capital, structural capital, customer capital*) untuk keberlanjutan operasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan (*business performance*).

Pesatnya perekonomian global dan inovasi teknologi yang memunculkan persaingan ketat pada dunia bisnis, menjadikan penciptaan, pengelolaan, pengukuran, dan evaluasi IC sebagai indikator penting dalam peningkatan kinerja perusahaan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan di masa depan. Fenomena tersebut tidak hanya menjadi perhatian pada lingkup perusahaan secara umum melainkan juga menimbulkan interpretasi tersendiri bagi karyawan sebagai bagian dari pendukung kinerja perusahaan tersebut. Tanggapan atau interpretasi tersebut sering disebut sebagai persepsi.

Persepsi⁷ adalah bagaimana orang-orang melihat atau menginterpretasikan peristiwa, objek, serta manusia. Orang-orang bertindak atas dasar persepsi mereka dan terkadang mengabaikan apakah persepsi itu mencerminkan kenyataan yang sebenarnya. Pada kenyataannya, masing-masing orang memiliki persepsinya sendiri atas suatu fenomena atau kejadian. Uraian kenyataan seseorang mungkin jauh berbeda dengan uraian orang lain.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995) mendefinisikan persepsi sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui

⁷ Definisi formal dari persepsi adalah proses seseorang memilih, berusaha, dan menginterpretasikan rangsangan ke dalam suatu gambaran yang terpadu dan penuh arti (Lubis, 2010).

beberapa hal melalui panca indera. Sedangkan dalam lingkup yang lebih luas, persepsi merupakan suatu proses yang melibatkan pengetahuan-pengetahuan sebelumnya dalam memperoleh dan menginterpretasikan stimulus yang ditunjukkan oleh panca indera. Dengan kata lain, persepsi merupakan kombinasi antara faktor utama dunia luar⁸ dan diri manusia itu sendiri⁹.

Persepsi juga merupakan pengalaman tentang objek atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Para manajer dan akuntan perilaku harus mengembangkan persepsi yang akurat sebab mereka merupakan kunci kelompok dalam menghasilkan suatu keberhasilan atau kegagalan operasi. Jika kebijakan yang dibuat tidak wajar, para pekerja secara keseluruhan dapat menjadi kurang produktif. Dengan kata lain, mereka mempunyai peranan penting dalam menerapkan pengetahuan persepsi terhadap banyak aktivitas organisasi. Begitu pula dengan para karyawan, persepsi mereka juga akan mempengaruhi kinerjanya yang nantinya akan berpengaruh pada kinerja dan produktifitas perusahaan.

Sebagian besar penelitian yang telah dilakukan sebelumnya meneliti pengaruh seluruh komponen *intellectual capital* secara bersama-sama terhadap *business performance*. Hal tersebut menjadi salah satu faktor pendorong untuk dilakukannya penelitian dengan menguji pengaruh masing-masing komponen *intellectual capital* secara terpisah (yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*) terhadap *business performance* sebelum menguji pengaruh

⁸ Faktor utama dari dunia luar adalah stimulus visual (Lubis, 2010).

⁹ Faktor dari diri manusia itu sendiri adalah pengetahuan-pengetahuan sebelumnya (Lubis, 2010).

seluruh komponen *intellectual capital* secara bersamaan terhadap *business performance*. Selain itu, juga terdapat *research gap* antara penelitian Kuryanto dan Syafruddin (2008) dengan Ulum (2008). Kuryanto dan Syafruddin menyatakan bahwa tidak ada pengaruh positif *intellectual capital* perusahaan dengan kinerjanya, sedangkan Ulum menyatakan bahwa *intellectual capital* mempengaruhi secara positif kinerja perusahaan. Perbedaan kedua hasil penelitian tersebut juga menjadi faktor pendorong dilakukannya penelitian tentang pengaruh *intellectual capital* terhadap *business performance* di sektor perbankan Indonesia, yaitu di PT BPR Setia Karib Abadi Semarang.

Pemilihan sektor perbankan sebagai sampel mengacu pada penelitian Kamath (2006); Mavridis (2005); dan Firer dan William (2003). Sektor perbankan dipilih karena menurut Firer dan William (2003) industri perbankan adalah salah satu sektor yang paling intensif IC-nya. Selain itu, dari aspek intelektual, secara keseluruhan karyawan di sektor perbankan lebih homogen dibandingkan dengan sektor ekonomi lainnya (Kubo dan Saka dalam Ulum, 2009). PT BPR Setia Karib Abadi Semarang dipilih sebagai obyek penelitian karena selama dua tahun terakhir (tahun 2010 sampai dengan 2012) memiliki saldo laba yang cenderung meningkat. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan konsumennya, PT BPR Setia Karib Abadi Semarang dinilai oleh masyarakat memberikan pelayanan yang mudah, proses cepat, suku bunga yang lebih rendah dari sebagian besar BPR di Semarang, jangka waktu panjang hingga empat tahun, dan memberikan dana pinjaman pendidikan dengan mudah.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap *Business Performance* (Studi Persepsi Karyawan PT BPR Setia Karib Abadi Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian yang dilakukan oleh Bontis et al. (2011) dengan *path analysis* menunjukkan bahwa ketiga komponen *intellectual capital* (*human capital*, *structural capital*, *customer capital*) bersama-sama berpengaruh positif dan substantif berkaitan dengan kinerja perusahaan (*business performance*) sektor farmasi. Hal ini konsisten dengan penelitian Cabrita dan Vaz (2006) membuktikan bahwa modal intelektual (IC) berpengaruh secara substantif dan signifikan terhadap kinerja industri perbankan Portugal. Penelitian di Indonesia oleh Sabeni dan Astuti (2005) menunjukkan bahwa *human capital* berhubungan positif dan signifikan dengan *customer capital*, *human capital* berhubungan positif dan signifikan dengan *structural capital*, *customer capital* berhubungan positif dan tidak signifikan dengan *business performance*, dan *structural capital* berhubungan positif dan signifikan dengan *business performance*.

Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan *intellectual capital* diperlukan untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan dari para pesaing yang selanjutnya akan meningkatkan kinerja perusahaan (*business performance*). Dalam rangka penerapan *intellectual capital* perusahaan, karyawan merupakan faktor penting didalamnya sebab persepsi mereka akan berpengaruh pada kinerja dan produktifitas perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *human capital* berpengaruh terhadap *business performance*?
2. Apakah *structural capital* berpengaruh terhadap *business performance*?
3. Apakah *customer capital* berpengaruh terhadap *business performance*?
4. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap *business performance*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah di atas, maka penelitian ini ditujukan untuk menguji persepsi karyawan atas pengaruh unsur *intellectual capital* (yang terdiri dari *human capital*, *structural capital*, *customer capital*) terhadap *business performance* dengan menguji:

- 1) pengaruh *human capital* terhadap *business performance*,
- 2) pengaruh *structural capital* terhadap *business performance*,
- 3) pengaruh *customer capital* terhadap *business performance*,
- 4) pengaruh *intellectual capital* terhadap *business performance*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah khasanah literatur tentang konsep atau teori mengenai pengaruh *intellectual capital* (*human capital*, *customer capital*, *structural*

capital) dan *business performance* dalam industri perbankan khususnya pada Bank Perkreditan Rakyat.

2. Manfaat Praktis

Dapat menjadi saran bagi manajemen perusahaan mengenai pentingnya peran persepsi karyawan terhadap pengelolaan *intellectual capital* (*human capital, customer capital, structural capital*) untuk meningkatkan *business performance* yang akan mempengaruhi nilai perusahaan terutama di bidang perbankan.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun dalam lima bab dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, menjelaskan latar belakang yang mendasari munculnya masalah dalam penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Telaah Pustaka, berupa tinjauan pustaka yang membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian dan menjadi dasar acuan untuk menganalisa penelitian serta menjelaskan penelitian terdahulu yang terkait, menggambarkan kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian, berisi metode penelitian, menguraikan variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi deskripsi objek penelitian dan laporan hasil analisa serta pembahasannya.

BAB V : Penutup, merupakan bagian akhir penulisan skripsi yang berisi simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Stakeholder Theory*

Teori yang mendasari penelitian ini adalah *stakeholder theory*. Dalam pandangan teori *stakeholder* perusahaan memiliki *stakeholders*, bukan hanya sekedar *shareholder*. *Stakeholder* merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas, atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan (Efandiana, 2010). Individu, kelompok, maupun komunitas dan masyarakat dapat dikatakan sebagai *stakeholder* jika memiliki 3 karakteristik, yaitu mempunyai kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan (Budimanta dkk, 2008). Menurut Riahi-Belkaoui (2003), kelompok-kelompok '*stake*' tersebut meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, kreditor, pemerintah, dan masyarakat. Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam mengungkapkan dan/atau tidak mengungkapkan suatu informasi di dalam laporan keuangan (Ulum dkk, 2008).

Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Namun demikian, tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai

dari dampak aktifitas-aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*. Pada kenyataannya, inti keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka.

Berdasarkan *stakeholder theory*, manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* mereka dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada *stakeholder*. Teori ini menyatakan bahwa *stakeholders* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka (sebagai contoh melalui polusi, *sponsorship*, inisiatif pengamanan, dan lain-lain), bahkan ketika mereka tidak dapat secara langsung memainkan peran yang konstruktif dalam kelangsungan hidup organisasi (Deegan, 2004).

Lebih lanjut, Deegan (2004) menyatakan bahwa *stakeholder theory* menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi mengenai kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder*.

Terdapat dua jenis informasi yang disediakan oleh perusahaan dalam laporan tahunan, yaitu informasi yang bersifat wajib (*mandatory*) dan informasi yang bersifat sukarela (*voluntary*). Informasi yang bersifat wajib lebih mengungkapkan informasi mengenai keuangan perusahaan, sedangkan informasi yang bersifat sukarela mengungkapkan informasi non-keuangan perusahaan.

Salah satu informasi yang bersifat sukarela (*voluntary*) adalah informasi mengenai modal intelektual (*intellectual capital*). Informasi tersebut mengungkapkan adanya suatu *value added* yang dimiliki oleh perusahaan akibat adanya pengelolaan dari *intellectual capital* itu sendiri. Dengan adanya pengungkapan mengenai informasi *intellectual capital* tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholders* dan dapat mengurangi tingkat risiko dan ketidakpastian yang dihadapi oleh investor.

Selain itu, para *stakeholder* juga berkepentingan untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki oleh organisasi. Sebab hanya dengan pengelolaan yang baik dan maksimal atas seluruh potensi inilah, organisasi akan dapat menciptakan *value added* untuk kemudian mendorong kinerja keuangan perusahaan yang merupakan harapan dari para *stakeholder*.

2.1.2 *Resources Based Theory*

Terkait dengan *resource based theory*, Daft (1983) dalam Barney (1991) mendefinisikan sumber daya perusahaan sebagai semua aset, kemampuan, proses organisasional, informasi dan pengetahuan yang dikendalikan oleh perusahaan yang menyebabkan perusahaan mampu untuk mengimplementasikan berbagai strategi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. *Resource based theory* dikembangkan untuk memahami bagaimana perusahaan mencapai keunggulan kompetitif. Teori ini dipelopori oleh Penrose (1959) dalam Astuti (2005) yang mengemukakan bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen,

tidak homogen, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap perusahaan.

Resource Based Theory (RBT) membahas mengenai sumber daya yang dimiliki perusahaan, dan bagaimana perusahaan dapat mengembangkan keunggulan kompetitif dari sumber daya yang dimilikinya. Calderira dan Ward (2001) menjelaskan bahwa sumber daya perusahaan yang sukar untuk dimiliki atau yang membutuhkan proses yang rumit untuk mendapatkannya dapat menjadi keunikan perusahaan tersebut. Cheng *et al* (2010) menambahkan, dalam teori RBT ini untuk mengembangkan keunggulan kompetitif, perusahaan harus memiliki sumberdaya dan kemampuan yang superior dan melebihi para kompetitornya. RBT berfokus pada sumberdaya dan pengelolaanya dalam organisasi yang akhirnya mengarah pada penciptaan nilai dan disiplin manajemen strategis (Peppard dan Rylander, 2001).

Menurut Belkaoui (2003), *resource-based theory* merupakan sumber daya perusahaan sebagai pengendali utama di balik kinerja dan daya saing perusahaan. Sumber daya ini terdiri dari *tangible assets* dan *intangible assets*, yang digunakan secara efektif dan efisien dalam penerapan strategi khusus perusahaan yang kompetitif dan menguntungkan. Teori ini menyatakan bahwa pengukuran kinerja tradisional yang biasa terdapat pada laporan keuangan, tidak dapat mencerminkan secara penuh *intangible resources* dalam perusahaan.

Keunggulan kompetitif dan *business performance* yang baik berhubungan dengan bagaimana perusahaan mendapatkan, mengelola dan menggunakan aset-aset yang bersifat strategis, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, yang

berperan vital dalam mengembangkan keunggulan kompetitif perusahaan dan mencapai kinerja finansial yang baik.

Sumber daya harus memenuhi kriteria “VRIN” (*Valuable, Rare, Imperfect Imitability, Non-Substitution*) agar dapat memberikan keunggulan kompetitif dan kinerja yang berkelanjutan (Madhani, 2009) dalam (Tarigan, 2011). Kriteria VRIN adalah sebagai berikut:

1. *Valuable* (V): Sumber daya akan menjadi berharga jika dapat memberikan nilai strategis pada perusahaan. Sumber daya memberikan nilai jika sumber daya tersebut membantu perusahaan dalam mengeksploitasi peluang pasar atau membantu mengurangi ancaman (*threats*) pasar. Tidak ada keuntungan memiliki sumber daya jika sumber daya tersebut tidak menambah atau menaikkan nilai perusahaan.
2. *Rare* (R): Sumber daya harus sulit ditemukan diantara para pesaing yang ada maupun pesaing potensial. Oleh karena itu sumber daya harus langka atau unik agar memberikan keunggulan kompetitif. Sumber daya yang dimiliki oleh beberapa perusahaan di pasar tidak dapat memberikan keunggulan kompetitif, karena mereka tidak dapat mendesain dan melaksanakan strategi bisnis yang unik dibandingkan dengan kompetitor yang lain.
3. *Imperfect Imitability* (I): *Imperfect Imitability* dapat berarti tidak dimungkinkannya untuk memperbanyak atau membuat imitasi sumber daya tersebut. Hambatan-hambatannya dapat bermacam-macam, seperti: kesulitan mengakuisisi sumber daya tersebut, hubungan yang tidak jelas antara kemampuan dengan keunggulan kompetitif, dan kompleksitas sumber

dayanya. Sumber daya dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berlanjut jika perusahaan-perusahaan yang tidak memiliki sumber daya ini dapat memiliki sumber daya tersebut.

4. *Non-Substitution* (N): *Non-Substitution* berarti bahwa sumber daya tidak dapat disubstitusikan oleh sumber daya alternatif lainnya. Disini, para pesaing tidak dapat mencapai kinerja yang sama dengan menggantikan sumber daya dengan sumber daya alternatif lainnya.

Intellectual capital merupakan salah satu sumber daya yang dimiliki perusahaan. Stewart (1997) membagi *intellectual capital* dalam tiga bagian, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Menurut *resource based theory*, *intellectual capital* memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya unik yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Oleh karena itu *intellectual capital* digunakan untuk menyusun dan menerapkan strategi perusahaan sehingga dapat meningkatkan *business performance*.

2.1.3 Teori Persepsi

Pada dasarnya, persepsi mengacu pada mekanisme yang menjadi alat kita menyadari dan memproses informasi tentang dunia luar. Persepsi merupakan keadaan terintegrasi dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Apa yang ada dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi (Lubis, 2010). Persepsi dihasilkan dari stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang

diindera. Orang-orang bertindak atas dasar persepsi mereka dan terkadang mengabaikan apakah persepsi itu mencerminkan kenyataan yang sebenarnya. Pada kenyataannya, orang-orang memiliki persepsinya sendiri atas suatu kejadian dan uraian kenyataan seseorang mungkin jauh berbeda dengan uraian orang lain.

Banyak pengertian persepsi yang diketengahkan oleh berbagai ahli, masing-masing ahli memaknai sesuai disiplin keilmuannya. Menurut Mulyana (2000) persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (decoding) dalam proses komunikasi. Robert dan Paul (1991) mengungkapkan bahwa persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Gibson, dkk (1989) dalam buku Organisasi Dan Manajemen Perilaku, Struktur; memberikan definisi persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya (terhadap obyek). Gibson juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Sedangkan menurut Philip Kotler (1993), persepsi adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses kategorisasi dan interpretasi yang bersifat selektif.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995) mendefinisikan persepsi sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indera. Sedangkan dalam lingkup yang lebih luas,

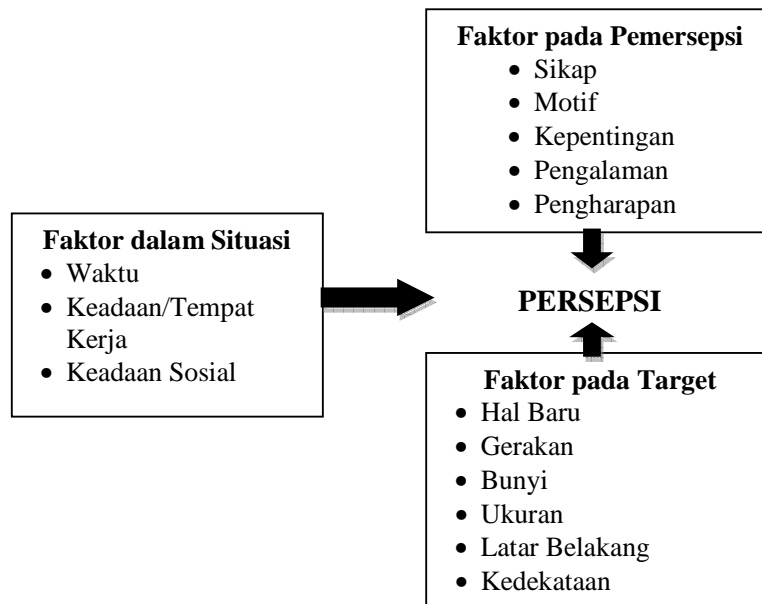
persepsi merupakan suatu proses yang melibatkan pengetahuan-pengetahuan sebelumnya dalam memperoleh dan menginterpretasikan stimulus yang ditunjukkan oleh panca indra. Dengan kata lain, persepsi merupakan kombinasi antara faktor utama dunia luar (stimulus visual) dan diri manusia itu sendiri (pengetahuan-pengetahuan sebelumnya).

Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. Seperti yang dikemukakan Krech (dalam thoha, 2000), persepsi adalah suatu proses kognitif yang kompleks dan menghasilkan suatu gambar unik tentang kenyataan yang barangkali berbeda dari kenyataannya.

Terbentuknya persepsi dimulai dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan, dan menerima sesuatu hal yang kemudian seseorang menseleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya menjadi suatu gambaran yang berarti. Terjadinya pengamatan ini dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau dan sikap seseorang dari individu. Biasanya persepsi hanya berlaku bagi dirinya sendiri dan tidak bagi orang lain. Selain itu juga persepsi ini tidak bertahan seumur hidup dapat berubah sesuai dengan perkembangan pengalaman, perubahan kebutuhan, dan sikap dari seseorang.

Persepsi memberikan makna pada stimuli (sensor stimuli). Persepsi juga merupakan pengalaman tentang objek atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Meskipun demikian, karena persepsi tentang objek atau peristiwa bergantung pada suatu kerangka ruang dan waktu, maka persepsi akan bersifat subjektif dan situasional. Persepsi timbul karena adanya dua faktor baik internal maupun eksternal. Faktor internal tergantung pada proses pemahaman sesuatu termasuk di dalamnya sistem nilai, tujuan, kepercayaan dan tanggapannya terhadap hasil yang dicapai, sedangkan faktor eksternal berupa lingkungan. Kedua faktor ini menimbulkan persepsi karena didahului oleh suatu proses yang dikenal dengan komunikasi.

Gambar 2.1
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi



Sumber: Robins (2001)

Menurut Vincent (Manajemen Bisnis Total, 1997, h.35), beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi adalah:

1. Pengalaman masa lalu (terdahulu) dapat mempengaruhi seseorang karena manusia biasanya akan menarik kesimpulan yang sama dengan apa yang ia lihat, dengar, dan rasakan.
2. Keinginan dapat mempengaruhi persepsi seseorang dalam hal membuat keputusan. Manusia cenderung menolak tawaran yang tidak sesuai dengan apa yang ia harapkan.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan pengalaman yang telah dialaminya. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi seseorang.

Teori Persepsi adalah suatu istilah untuk menggambarkan penerapan penelitian tentang neurologis dan menerima prinsip-prinsip psikologis dalam mempelajari komunikasi visual. Teori Persepsi menangani bagaimana pikiran/otak menerima informasi, mengolahnya, dan menggunakannya. Pada teori persepsi pendekatan teoritis akan menambahkan informasi baru untuk mempelajari komunikasi visual dan membantu manusia tersebut tentang keefektifan dari teori komunikasi.

Teori persepsi menganggap bahwa orang-orang mengembangkan sikap berdasarkan bagaimana mereka mengamati dan menginterpretasikan perilaku mereka sendiri. Dengan kata lain, teori ini mengusulkan bahwa sikap tidak menentukan perilaku, tetapi sikap itu dibentuk setelah perilaku terjadi guna menawarkan sikap yang konsisten dengan perilaku. Menurut teori ini, sikap hanya

akan berubah setelah perilaku berubah. Pertama, para akuntan perilaku harus mengubah perilaku mereka kemudian baru perubahan sikap akan terjadi. Teori fungsional terhadap perubahan sikap mempercayai bahwa sikap melayani kebutuhan masyarakat. Dalam rangka mengubah sikap, manusia harus menemukan rangsangan terhadap apa yang akan dikembangkan berdasarkan pada kebutuhannya.

2.1.4 *Intellectual Capital*

Definisi *intellectual capital* yang ditemukan dalam beberapa literatur cukup kompleks dan beragam. Edvinsson dan Malone (1997) menyebutkan bahwa *intellectual capital* adalah suatu jenis kontrol atas pengetahuan, pengalaman yang bersifat empiris, teknik organisasi, hubungan dengan pelanggan dan keahlian profesional. Marr (2004) mempertimbangkan *intellectual capital* sebagai sebuah penggerak keunggulan kompetitif dan penghubung kemampuan perusahaan untuk mengatur dan memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki perusahaan. Dzinkowski (2000) dalam fajariyah (2012) menganggap *intellectual capital* sebagai pencipta sumber daya berbasis pengetahuan yang dimiliki oleh sebuah organisasi. Bukh *et al* (2005) dalam ariawan (2011) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, proses atau teknologi yang mana perusahaan dapat menggunakannya dalam proses penciptaan nilai bagi perusahaan. Beberapa pakar tersebut telah berusaha menguraikan definisi mengenai *intellectual capital* (modal intelektual). Namun, definisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut definisi Stewart (1997) bahwa

modal intelektual adalah bahan baku intelektual seperti pengetahuan, informasi, properti intelektual, dan pengalaman yang bersama-sama digunakan untuk menciptakan kesejahteraan dalam perusahaan. Dari beberapa pendapat dalam pendefinisian *intellectual capital*, terdapat tiga skema yang sering digunakan dalam penelitian yaitu skema yang diusulkan Edvinsson & Sullivan (1996), Sveiby (1997), dan Stewart (1997) dalam Purnomosidhi (2006). Ketiga skema tersebut memiliki tiga elemen yang sama, yaitu *intellectual capital* yang melekat pada diri manusia, *intellectual capital* yang melekat pada perusahaan, dan *intellectual capital* yang terkait dengan hubungan dengan pihak eksternal. Ketiga skema tersebut tersaji pada tabel 2.1.

TABEL 2.1
Skema Elemen-Elemen *Intellectual Capital*

Elemen / Author	<i>Intellectual capital</i> yang melekat pada manusia	<i>Intellectual capital</i> yang melekat pada perusahaan	<i>Intellectual capital</i> yang terkait dengan hubungan eksternal
Edvinsson	<i>Human capital</i>	<i>Organizational capital</i>	<i>Customer capital</i>
Steward	<i>Human capital</i>	<i>Structural capital</i>	<i>Customer capital</i>
Sveiby	<i>Employee competence</i>	<i>Internal structure</i>	<i>External structure</i>

Sumber : Purnomosidhi (2006)

Banyak praktisi yang menyatakan bahwa IC terdiri dari tiga elemen utama (Stewart 1998; Sveiby 1997; Saint-Onge 1996; Bontis 2000 yang dikutip Sawarjuwono dan Kadir, 2003; Dzinkowski 2000; O'Donnell et al. 2004, 2006, Sallebrant et al. 2007, Curado dan Bontis 2007) yaitu :

1. *Human Capital*

Human capital merupakan kombinasi dari pengetahuan, keahlian (*skill*), kemampuan melakukan inovasi, dan kemampuan menyelesaikan tugas, meliputi nilai perusahaan, kultur dan filsafatnya (Bontis dalam Hartono, 2001). Garcia-Meca (2006) dalam Choong (2008) menyatakan *Human capital* berhubungan dengan keahlian, bakat dan sikap karyawan yang dilaporkan secara luas. Chen et al. (2005) lebih jauh menyatakan bahwa *human capital* berhubungan dengan pengetahuan dan keahlian yang ada dalam pikiran karyawan, dan apabila perusahaan tidak dapat memanfaatkan karyawan tersebut, pengetahuan dan keahlian karyawan tersebut akan terbuang sia-sia dan tidak dapat diterjemahkan menjadi suatu nilai bagi perusahaan.

Human capital di dalam suatu organisasi memiliki potensi penuh untuk membangun orientasi pasar bagi konsumennya. Pegawai, yang dikenal sebagai *human capital*, memiliki peran yang penting dalam penciptaan nilai. Pegawai dapat menciptakan kemampuan untuk bersaing di pasar. Hal tersebut disebabkan terciptanya keunggulan kompetitif di pasar (El-Bannany, 2008).

Human Capital, yang merupakan tempat bersumbernya pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan, mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human Capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. Brinker (dalam Sawarjuwono dan Kadir, 2003) memberikan beberapa karakteristik

dasar yang dapat diukur dari modal ini, yaitu *training progammes, credential, experience, competence, recruitment, mentoring, learning programme, individual potential, and personality.*

2. *Structural Capital*

Menurut Hartono (2001), *structural capital* merupakan sarana dan prasarana yang mendukung karyawan untuk menciptakan kinerja yang optimum, meliputi struktur organisasi, patent, dan trade mark. Sedangkan Wang dan Chan (2008) mendeskripsikan bahwa *structural capital* memiliki hubungan dengan sistem dan struktur perusahaan yang dapat membantu karyawan untuk mencapai kinerja intelektual maksimal mereka, sehingga kinerja perusahaan secara keseluruhan dapat meningkat. Secara lebih detail, *structural capital* dapat diklasifikasikan menjadi budaya perusahaan, struktur organisasi, pembelajaran organisasi, proses operasional perusahaan dan sistem informasi. Edvinsson dan Malone (1997) dalam Cheng *et al* (2010) lebih jauh memisahkan *structural capital* menjadi *innovation capital* dan *process capital*.

Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya, yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufacturing, budaya organisasi, filosofi manajemen, dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika

organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk, maka *intelektual capital* tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.

3. *Customer Capital*

Customer capital mencerminkan hubungan dengan pihak luar dari organisasi, seperti koneksi, loyalitas pelanggan, dan hubungan yang baik dengan supplier (Petras dalam Hartono, 2001). Elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Customer capital* merupakan hubungan yang *harmonis/association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan ataupun berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Customer capital* dapat muncul dari berbagai bagian di luar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

Dengan melakukan pengelolaan *intellectual capital*, perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif. Selain itu, pengelolaan *intellectual capital* juga memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan informasi mengenai kemampuan perusahaan dan bagaimana perusahaan tersebut mampu melakukan aktivitas dengan baik.
2. Memberikan informasi untuk bisa mengenali usaha-usaha manajemen dalam pengembangan kondisi pengetahuan yang dimiliki perusahaan.
3. Memberikan informasi mengenai pengembangan sumber pengetahuan yang dimiliki oleh perusahaan.

2.1.5 *Intellectual Capital* Sebagai Bagian dari *Intangible Asset*

Aset tidak berwujud (*intangible assets*) adalah hak, keunggulan, dan keuntungan kompetitif yang dihasilkan dari kepemilikan atas aset jangka panjang dan tidak memiliki bentuk secara fisik. Bukti dari adanya kepemilikan atas aset tidak berwujud dapat berupa bentuk perjanjian kontrak ataupun lisensi. Aset tidak berwujud dapat berupa:

1. Hak yang diberikan pemerintah, seperti paten, hak cipta, dan merek dagang.
2. Pengambilalihan usaha lain, di mana harga pembelian mencakup pembayaran untuk atribut-atribut menguntungkan (kelebihan) milik perusahaan yang diambil alih (dinamakan dengan *goodwill*).
3. Perjanjian monopoli secara khusus, yang biasanya timbul dari perjanjian kontrak antara dua pihak seperti waralaba (*franchise*) dan sewa guna usaha (*leasing*).

Selama ini, terdapat ketidakjelasan perbedaan antara aktiva tidak berwujud dan *intellectual capital*. *Intangibles* telah dirujuk sebagai *goodwill*, (ASB, 1997; IASB, 2004), dan *intellectual capital* adalah bagian dari *goodwill*. Dewasa ini, sejumlah skema telah berusaha mengidentifikasi perbedaan tersebut dengan secara spesifik memisahkan *intellectual capital* ke dalam kategori *external (customerrelated) capital*, *internal (structural) capital*, dan *human capital* (lihat misalnya: Brennan dan Connell, 2000; Edvinsson dan Malone, 1997). Sebagian peneliti (misalnya Bukh, 2003) menyebut bahwa *intellectual capital* dan aset tidak berwujud adalah sama dan seringkali saling menggantikan. Sementara peneliti lainnya (misalnya: Edvinsson dan Malone, 1997; Boekestein, 2006) menyatakan

bahwa *intellectual capital* adalah bagian dari aset tidak berwujud (*intangible assets*).

PSAK 19 (revisi 2010) mendefinisikan aktiva tidak berwujud sebagai 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. Definisi tersebut merupakan adopsi dari pengertian yang disajikan oleh IAS 38 tentang *intangible assets* yang relatif sama dengan definisi yang diajukan dalam FRS 10 tentang *goodwill and intangible assets*. Keduanya, baik IAS 38 maupun FRS 10, menyatakan bahwa aktiva tidak berwujud harus (1) dapat diidentifikasi, (2) tidak memiliki substansi fisik, dan (3) bukan aset keuangan (*nonfinancial/non-monetary assets*). Tabel 2.2 meringkas perbandingan diantara standar akuntansi tentang aktiva tidak berwujud.

TABEL 2.2
Perbandingan Standar Akuntansi tentang Aktiva Tidak Berwujud

	FRS 10 Goodwill Intangible Assets	IAS 38 Intangible Assets	APB 17 Intangible Assets	PSAK 19 revisi 2010 Aktiva Tidak Berwujud
Definisi <i>intangible assets</i>	Aktiva tetap nonkeuangan yang tidak mempunyai wujud fisik tetapi dapat diidentifikasi dan dikendalikan oleh entitas melalui penjaminan dan undang-undang.	Aktiva nonmoneter 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.	Tidak ada definisi yang eksplisit.	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.

	FRS 10 Goodwill & Intangible Assets	IAS 38 Intangible Assets	APB 17 Intangible Assets	PSAK 19 revisi 2010 Aktiva Tidak Berwujud
Klasifikasi <i>intangible assets</i>	Suatu kategori: aktiva tidak berwujud yang memiliki ciri, fungsi atau kegunaan yang sama di dalam bisnis perusahaan, misalnya: lisensi, kuota, paten, hak cipta, <i>franchises</i> dan <i>trademarks</i> .	Ilmu pengetahuan dan teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar dan merek dagang.	Diklasifikasikan berdasarkan beberapa dasar yang berbeda: dapat diidentifikasi, cara perolehannya, masa manfaat yang diharapkan, dapat dipisahkan dari keseluruhan perusahaan.	<i>Marketing-related intangible assets</i> (merk dagang), <i>customer-related intangible assets</i> (daftar pelanggan), <i>artistic-related intangible assets</i> (hak cipta), <i>contract-related intangible assets</i> (lisensi), <i>technology-related intangible assets</i> (perangkat lunak), <i>goodwill</i> .
Pengakuan (<i>recognition</i>)	Suatu aktiva tidak berwujud yang dikembangkan secara internal mungkin dikapitalisasi hanya jika ia memiliki nilai pasar yang dapat diketahui.	Aktiva tidak berwujud diakui jika, dan hanya jika: kemungkinan besar perusahaan akan memperoleh manfaat ekonomis masa depan dari aktiva tersebut; biaya perolehan aktiva tersebut dapat diukur secara andal.	Suatu aktiva tidak berwujud yang dikembangkan secara internal harus diakui jika: (a) secara khusus dapat diidentifikasi; (b) memiliki umur yang jelas; (c) dapat dipisahkan dari keseluruhan entitas.	Aktiva tidak berwujud diakui jika: a)kemungkinan besar perusahaan akan memperoleh manfaat ekonomis masa depan dari aktiva tersebut; b) biaya perolehan aktiva tersebut dapat diukur secara andal.

	FRS 10 Goodwill & Intangible Assets	IAS 38 Intangible Assets	APB 17 Intangible Assets	PSAK 19 revisi 2010 Aktiva Tidak Berwujud
Amortisasi	Aktiva tidak berwujud yang memiliki masa manfaat ekonomis yang terbatas, maka aktiva tersebut harus diamortisasi secara sistematis selama masa manfaat tersebut. Sedangkan aktiva tidak berwujud yang masa manfaat ekonomisnya tidak dapat didefinisikan, maka aktiva tersebut tidak dapat diamortisasi.	Jumlah yang dapat diamortisasi dari aktiva tidak berwujud harus dialokasikan secara sistematis berdasarkan perkiraan terbaik dari masa manfaatnya.	Aktiva tidak berwujud harus diamortisasi melalui pembebanan secara sistematis selama periode pendapatan berdasarkan masa manfaat yang diperkirakan.	Jumlah yang dapat diamortisasi dari aktiva tidak berwujud harus dialokasikan secara sistematis berdasarkan perkiraan terbaik dari masa manfaatnya. Pada umumnya masa manfaat suatu aktiva tidak berwujud tidak akan melebihi 20 tahun sejak tanggal aktiva siap digunakan. Amortisasi harus mulai dihitung saat aktiva siap untuk digunakan. Aset tidak berwujud yang memiliki masa manfaat ekonomis tidak terbatas tidak diamortisasi.

Sumber : Ulum (2009) dan PSAK revisi 2010

Penelitian ini menggunakan definisi aktiva tidak berwujud yang dinyatakan oleh PSAK 19 (revisi 2010) sebab definisi tersebut merupakan adopsi dari pengertian yang disajikan oleh IAS 38 yang relatif sama dengan definisi yang diajukan dalam FRS 10. Selain itu PSAK juga merupakan pedoman akuntansi yang digunakan di Indonesia. PSAK 19 (revisi 2010) mendefinisikan aktiva tidak

berwujud sebagai 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.

2.1.6 *Business Performance*

Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika (Prawirosentono, 1999). *Business performance* merupakan suatu tampilan keadaan perusahaan selama periode tertentu (Sihasale, 2001).

Dilakukannya pengukuran atas penilaian prestasi atau kinerja suatu perusahaan (*business performance*) karena dapat dipakai sebagai dasar dalam pengambilan keputusan baik pihak internal maupun eksternal. Di dalam sistem kontrol formal, ukuran kinerja meliputi ukuran *financial* dan *non financial* (Fisher, 1998) dalam (Astuti dan Sabeni, 2005). Kinerja keuangan perusahaan (ukuran *financial*) lebih berorientasi jangka pendek, yaitu untuk mencari keuntungan atau profit. Ukuran dari jangka pendek adalah sekitar satu tahun siklus hidup perusahaan. Sedangkan kinerja non keuangan perusahaan (ukuran *non financial*) lebih bersifat jangka panjang, misalnya untuk menciptakan *value* (nilai) serta menjaga agar perusahaan tetap dapat bertahan hidup, tumbuh, dan

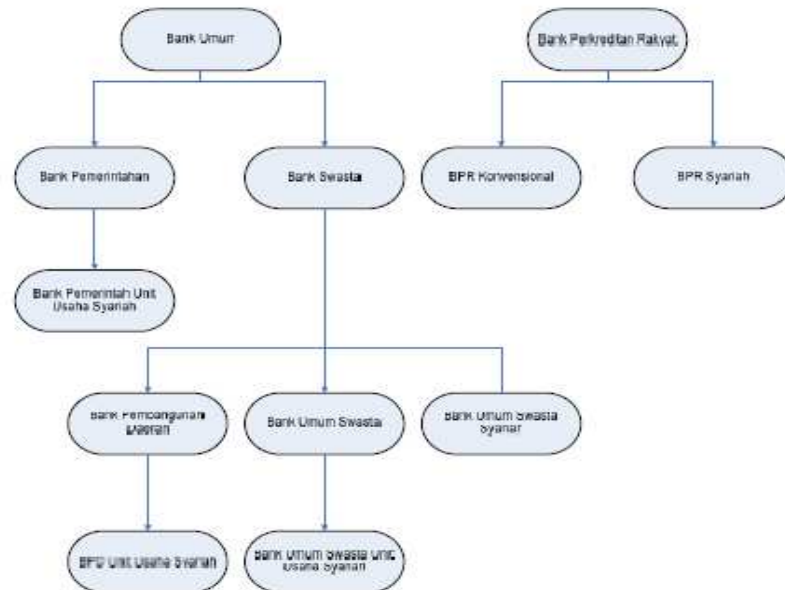
berkembang. Orientasi jangka panjang umumnya adalah lebih dari satu tahun siklus hidup perusahaan.

Sebuah perusahaan harus dapat meningkatkan kinerjanya agar dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dan tetap dipandang memiliki daya saing oleh para *stakeholder*-nya. Mengacu pada penelitian Chen et al. (2005), terhadap hubungan positif antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan, mengindikasikan bahwa jika pengelolaan *intellectual capital* semakin baik maka kinerja perusahaan akan semakin baik pula. Contohnya adalah dengan pengelolaan sumber daya manusia yang baik dalam perusahaan, produktivitas karyawan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya produktivitas karyawan, maka diharapkan akan meningkatkan profit perusahaan, yang kemudian nilai pasar saham perusahaan akan meningkat pula.

2.1.7 BPR Sebagai Lembaga Perbankan

Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak (Bank Indonesia, 2010).

Gambar 2.2
Institusi Perbankan Indonesia



Sumber: www.bi.go.id (2010)

Berdasarkan undang-undang, struktur perbankan di Indonesia terdiri atas bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Perbedaan utama bank umum dan BPR adalah dalam hal kegiatan operasionalnya. BPR tidak dapat menciptakan uang giral dan memiliki jangkauan dan kegiatan operasional yang terbatas. Selanjutnya, dalam kegiatan usahanya dianut dual bank sistem, yaitu bank umum dapat melaksanakan kegiatan usaha bank konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah. Sementara prinsip kegiatan BPR dibatasi pada hanya dapat melakukan kegiatan usaha bank konvensional atau berdasarkan prinsip syariah (Bank Indonesia, 2010).

Definisi dari perbankan dan struktur perbankan dinyatakan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana

telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 pada pasal satu (1) ayat satu (1) sampai dengan empat (4). Pasal satu (1) dalam undang-undang ini , yang dimaksud dengan:

1. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya;
2. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak;
3. Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran;
4. Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan Prinsip Syariah yang kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Setelah adanya krisis 1998, ada hal-hal yang membuat *nett interest margin* (*NIM*) atau selisih bunga kredit dan deposito perbankan menjadi meningkat (Kompas,2009), yang menyebabkan kondisi perbankan Indonesia belum berjalan secara efisien. Cara untuk menurunkan NIM perbankan diantaranya dengan cara mendorong *fee base income* atau pendapatan di luar bunga perbankan. Untuk meningkatkan pendapatan di luar bunga dibutuhkan kinerja (*business performance*) yang baik dari pegawai bank dengan mengelola dan

mengembangkan *intellectual capital* yang dimiliki untuk dapat meningkatkan produk perbankan yang baik.

2.1.8 Penelitian Terdahulu

Hubungan *intellectual capital* dengan kinerja keuangan perusahaan telah dibuktikan secara empiris oleh beberapa peneliti dalam berbagai pendekatan di beberapa negara. Tabel 2.3 merangkum beberapa penelitian yang dilakukan untuk menguji hubungan antara *intellectual capital* dengan *business performance*.

TABEL 2.3
Penelitian-Penelitian Empiris tentang Hubungan *Intellectual Capital* dan *Business Performance*

PENELITI	NEGARA	METODE	HASIL
Bontis (1998b)	Kanada	Kuesioner, PLS	HC berhubungan dengan SC dan CC; CC berhubungan dengan SC; CC dan SC berhubungan dengan kinerja industri.
Bontis <i>et al.</i> (2000)	Malaysia	Kuesioner, PLS	HC berhubungan dengan SC dan CC; CC berhubungan dengan SC; SC berhubungan dengan kinerja industri.
Firer dan Williams (2003)	Afrika Selatan	VAIC TM , regresi linier	VAIC TM berhubungan dengan kinerja perusahaan (ROA, ATO, MB).
Mavridis	Jepang	VAIC TM , regresi	VAIC TM digunakan untuk meranking perusahaan perbankan di Jepang berdasarkan kinerja IC.
Chen <i>et al.</i> (2005)	Taiwan	VAIC TM , korelasi, regresi	IC berpengaruh terhadap nilai pasar dan kinerja perusahaan; R&D berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
Astuti dan Sabeni (2005)	Indonesia	Keusioner, AMOS	HC berhubungan dengan SC dan CC; CC dan SC berhubungan dengan kinerja industri.

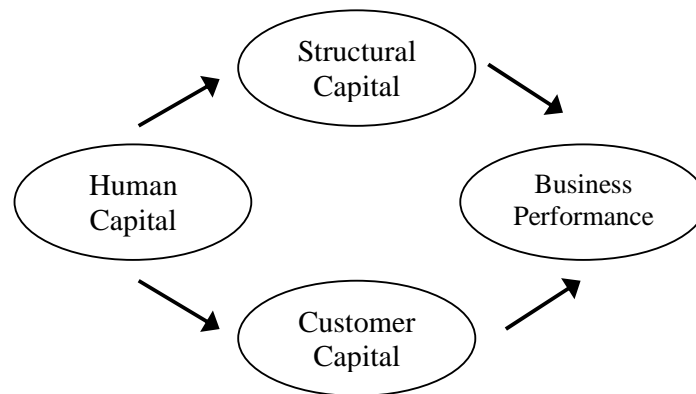
PENELITI	NEGARA	METODE	HASIL
Margaretha dan Rakhman (2006)	Indonesia, JSX	VAICTM, <i>multiple regression model</i>	Hipotesis nilai pasar dimana terdapat hubungan negatif secara signifikan antara IC dan <i>market-to-book value ratio</i> (M/B). Terdapat hubungan positif antara ketiga komponen IC dan ROE sebagai kinerja keuangan.
Kamath (2007)	India	VAIC™, regresi	Hasil survei menunjukkan bahwa secara keseluruhan kinerja terbaik di dalam HCE adalah bank asing. Ada perbedaan yang sangat banyak dalam kinerja penciptaan intelektual dan nilai menyangkut sektor perbankan India.
Tan <i>et al.</i> (2007)	Singapura	VAIC™, PLS	IC berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, baik masa kini maupun masa mendatang; ROGIC berhubungan positif dengan kinerja perusahaan di masa mendatang; kontribusi IC terhadap kinerja perusahaan berbeda berdasarkan jenis industrinya.
Kuryanto dan Syafruddin (2008)	Indonesia	(2003-2005) <i>purposive sampling Partial Least Squares</i> (PLS)	Tidak ada pengaruh positif antara IC sebuah perusahaan dengan kinerjanya. Tidak ada pengaruh positif antara tingkat pertumbuhan IC sebuah perusahaan dengan kinerja masa depan perusahaan.
Ulum (2008)	Indonesia	VAIC™, PLS	IC mempengaruhi secara positif kinerja keuangan perusahaan; IC mempengaruhi secara positif kinerja keuangan perusahaan di masa depan; dan ROGIC tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan masa depan.

PENELITI	NEGARA	METODE	HASIL
Maheran (2009)	Malaysia	VAIC™	IC berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan profitabilitasnya dan ROA.
Ulum (2009)	Indonesia	Kuesioner, PLS	HC berhubungan dengan SC dan CC; CC berhubungan dengan SC; SC dan CC berhubungan dengan kinerja perusahaan.

Sumber : Berbagai Artikel

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Bontis (1998b). Bontis menggunakan model *diamond specification* yang tidak menghubungkan *human capital* secara langsung terhadap *business performance* dan tidak melakukan uji bersama keseluruhan komponen *intellectual capital* terhadap *business performance*. Namun, penelitian ini memodifikasi model penelitian yang telah dilakukan Bontis. Perbedaannya adalah bahwa penelitian ini menghubungkan *human capital* secara langsung terhadap *business performance* dan melakukan uji bersama keseluruhan komponen *intellectual capital* terhadap *business performance*. Modifikasi tersebut bertujuan untuk mengetahui hubungan langsung *human capital* terhadap *business performance* dan hubungan keseluruhan komponen *intellectual capital* secara bersama-sama terhadap *business performance*.

Gambar 2.3
Diamond Specification Model Penelitian Bontis (1998b)

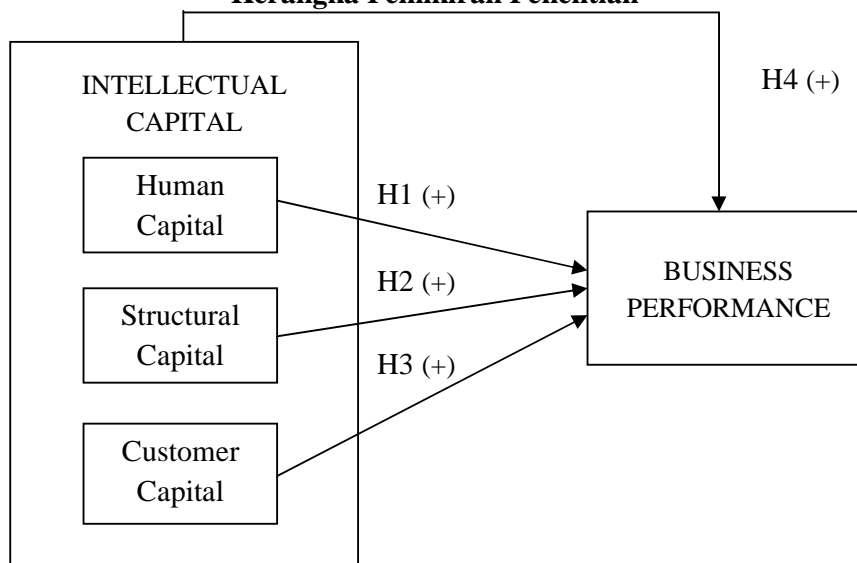


Sumber: Bontis, 1998

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori, tinjauan beberapa penelitian terdahulu, dan permasalahan yang telah dikembangkan, sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis berikut ini digambarkan suatu model kerangka pemikiran untuk menggambarkan pengaruh *intellectual capital* terhadap *business performance*.

Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran Penelitian



2.3 Perumusan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Human Capital* terhadap *Business Performance*

Beberapa peneliti telah menemukan bahwa *human capital* berpengaruh positif pada *business performance* (Bontis *et al*, 2000 ; Jardon dan Martos, 2009 ; Huang dan Wu, 2010). Chen *et al* (2010) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki efisiensi *human capital* yang tinggi cenderung memiliki kinerja finansial yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan efisiensi *human capital* yang rendah. Wang dan Chang (2004) menyatakan bahwa *human capital* memiliki dampak tidak langsung terhadap kinerja, tetapi dapat mempengaruhi *innovation capital* dan *process capital* yang akhirnya akan mempengaruhi *business performance*. Berdasarkan *Resource Based Theory*, *human capital* memenuhi kriteri-kriteria sebagai sumber daya unik yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan dan selanjutnya digunakan untuk menyusun dan menerapkan strategi perusahaan sehingga dapat meningkatkan *business performance*. Selain itu, karyawan perusahaan yang memiliki keahlian dan kemampuan yang baik akan memberikan imbalan jangka panjang bagi organisasi dalam bentuk produktivitas yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H1: *Human capital* berpengaruh positif terhadap *Business Performance*

2.3.2 Pengaruh *Structural Capital* terhadap *Business Performance*

Structural capital merupakan sarana dan prasarana yang mendukung pegawai untuk menciptakan kinerja yang optimum. Hal ini dikarenakan organisasi

dengan keseluruhan *structural capital* akan memiliki budaya sportif yang memungkinkan individu untuk mencoba hal-hal baru, mempelajarinya, dan siap gagal (Bontis et al., 2000 dalam Astuti, 2004).

Selain itu, *structural capital* merupakan *link* kritis yang memungkinkan *intellectual capital* diukur pada tingkat analisis organisasional (Bontis et al., 2000 dalam Astuti, 2004). Jika sistem dan prosedur yang dimiliki suatu organisasi untuk menjalankan aktivitas yang baik, maka *intellectual capital* secara keseluruhan akan dapat mencapai potensinya yang paling penuh, sehingga *business performance* yang dicapai juga akan maksimal. Hal tersebut sesuai dengan Bontis (1998), Bontis et al (2000) dan Astuti (2004) dalam Astuti dan Sabeni (2005) yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *structural capital* dengan *business performance*.

Jika suatu organisasi mampu mengkodifikasikan pengetahuan perusahaan dan mengembangkan *structural capital* misalnya menciptakan rutinitas yang baik, budaya organisasi yang baik, maka keunggulan bersaing akan dapat dicapai. Keunggulan tersebut secara relatif akan menghasilkan *business performance* yang lebih tinggi. Berdasarkan *resource based theory*, *intellectual capital* (*structural capital* salah satu unsur IC) yang dimiliki perusahaan mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan (*business performance*). Berdasarkan uraian tersebut, dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H2: *Structural capital* berpengaruh positif terhadap *Business Performance*

2.3.3 Pengaruh *Customer Capital* terhadap *Business Performance*

Customer capital adalah pengetahuan mengenai hubungan dengan para *stakeholder* yang dapat mempengaruhi suatu organisasi. Bontis (1998) dalam Cheng *et al* (2010) menyebutkan bahwa pengetahuan mengenai jalur pemasaran dan hubungan dengan konsumen memegang peran penting dalam *customer capital*, dan pengetahuan tersebut didapat dari hubungan perusahaan dengan pihak eksternal. Fornell (1992) dalam Cheng *et al* (2010) menemukan bahwa kepuasan konsumen meningkatkan hubungan bisnis perusahaan, mengurangi elastisitas harga produk, dan meningkatkan prestis perusahaan.

Dalam berinteraksi, perusahaan berhungan dengan lingkungan internal dan eksternal. Berdasarkan *Resource-Dependency Theory* yang dikemukakan oleh Pfeffer dan Salancik (1978) dalam (Astuti, 2004) bahwa perusahaan memfokuskan terutama pada hubungan simbiotik antara organisasi dan sumber daya lingkungannya. Organisasi secara berkelanjutan mencari sumber daya dari lingkungannya agar tetap *survive*. *Customer capital*, yang merupakan hubungan eksternal perusahaan, memenuhi kriteria unik sebagai sumber daya perusahaan dan memegang salah satu peran penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan, berdasarkan *resource based theory*.

Berdasarkan *Resource Based Theory*, *intellectual capital* memenuhi kriteri-kriteria sebagai sumber daya unik yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Oleh karena itu, *intellectual capital* digunakan untuk menyusun dan menerapkan strategi perusahaan sehingga dapat meningkatkan *business performance*. Terdapat hubungan yang menarik antara *customer capital*

dan *business performance*. Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan adalah faktor terpenting dalam kepuasan pelanggan. Tugas utama perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Perusahaan yang berinvestasi besar untuk menjadi fokus pada pelanggan/konsumen dan menjadi penentu pasar secara mutlak akan dapat meningkatkan atau memperbaiki kinerja perusahaannya. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Customer capital* berpengaruh positif terhadap *Business Performance*

2.3.4 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Business Performance*

Hubungan *intellectual capital* dengan *business performance* telah dibuktikan secara empiris oleh beberapa peneliti dalam berbagai pendekatan di beberapa negara. IC diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan maupun kinerja keuangan. Firer dan Williams (2003), Chen *et al.* (2005) dan Tan *et al.* (2007) telah membuktikan bahwa IC mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. IC merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, maka IC akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan (Harrison dan Sullivan, 2000; Chen *et al.*, 2005; Abdolmohammadi, 2005).

Menurut Ulum (2008), praktik akuntansi konservatisme menekankan investasi perusahaan dalam *intellectual capital* yang disajikan dalam laporan keuangan, dihasilkan dari peningkatan selisih antara nilai pasar dan nilai buku. Jadi, jika misalnya pasarnya efisien, maka investor akan memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan yang memiliki IC lebih besar (Belkaoui, 2003; Firer

dan Williams, 2003). Bagaimanapun, IC diyakini mempunyai peranan penting dalam peningkatan nilai perusahaan maupun *business performance*. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H4: *Intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *Business Performance*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Dependen

Menurut Uma Sekaran (2003), variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Sedangkan Ghozali (2008) menyatakan bahwa variabel endogen (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel ateseden (sebelumnya).

Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah *business performance* (kinerja perusahaan). Seperti halnya pada variabel independen, digunakan pula desain penelitian untuk mendefinisikan variabel *business performance* karena variabel tersebut merupakan variabel yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Definisi operasional dari variabel dependen adalah:

Business performance adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika (Prawirosentono, 1997). Penilaian kinerja perusahaan menjadi suatu hal yang penting karena merupakan salah satu faktor pengambilan keputusan selanjutnya serta evaluasi prestasi manajemen. Variabel ini diukur melalui 10 indikator yang terkait kinerja perusahaan. Responden diminta untuk memberikan penilaian dengan lima *point* skala *likert*.

Jika hasil dari pengukuran secara komprehensif condong ke arah 1 menunjukkan kinerja perusahaan (*business performance*) rendah dan jika condong ke arah angka 5 menunjukkan kinerja perusahaan (*business performance*) tinggi.

2. Variabel Independen

Menurut Uma Sekaran (2003), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel-variabel terikat, secara positif atau negatif. Sedangkan Ghozali (2008) menyatakan bahwa variabel eksogen (independen) adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel anteseden (sebelumnya).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *human capital*, *structural capital*, *customer capital*, dan *intellectual capital*. Digunakan desain penelitian untuk mendefinisikan variabel *human capital*, *structural capital*, *customer capital*, dan *intellectual capital* karena variabel-variabel tersebut merupakan variabel yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Definisi operasional dari masing-masing variabel independen sebagai berikut:

a. ***Human capital*** merupakan kombinasi dari pengetahuan, keahlian (*skill*), kemampuan melakukan inovasi, dan kemampuan menyelesaikan tugas, meliputi nilai perusahaan, kultur dan filsafatnya (Bontis, 2000). Tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. Pengukuran variabel laten ini menggunakan tiga indikator yaitu:

1. Pembelajaran dan Pendidikan
2. Pengalaman dan Keahlian

3. Inovasi dan Kreativitas

Masing-masing indikator terdiri dari lima pernyataan, sehingga jumlah pernyataan dalam indikator untuk menjelaskan *human capital* adalah 15 pernyataan dan diukur menggunakan lima *point* skala *likert* yang tersedia pada kuesioner. Jika hasil dari pengukuran secara komprehensif condong ke arah 1 menunjukkan implementasi *human capital* rendah dan jika condong ke arah angka 5 menunjukkan implementasi *human capital* yang tinggi.

- b. ***Structural capital*** adalah salah satu komponen *intellectual capital* yang merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi rutinitas perusahaan dan strukturnya, yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal, serta kinerja bisnis (*business performance*) secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, budaya organisasi, filosofi manajemen, dsb. Pengukuran variabel laten ini menggunakan tiga indikator yaitu:

1. Sistem dan Program
2. *Research dan Development*
3. *Intellectual Property Right (IPRs)*

Masing-masing indikator terdiri dari lima pernyataan, sehingga jumlah pernyataan dalam indikator untuk menjelaskan *structural capital* adalah 15 pernyataan dan diukur menggunakan lima *point* skala *likert* yang tersedia pada kuesioner. Jika hasil dari pengukuran secara komprehensif condong ke arah 1 menunjukkan implementasi *structural capital* rendah dan jika

condong ke arah angka 5 menunjukkan implementasi *structural capital* yang tinggi.

- c. *Customer capital* adalah salah satu komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata. *Customer capital* merupakan hubungan yang harmonis yang dimiliki perusahaan dengan para mitranya, baik berasal dari para investor yang andal dan berkualitas, pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan ataupun berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun masyarakat sekitar. Pengukuran variabel laten ini menggunakan tiga indikator yaitu:

1. Strategi Perserikatan, Lisensi, dan Perjanjian
2. Hubungan Pelanggan dan Investor
3. Pengetahuan Pelanggan dan Investor

Masing-masing indikator terdiri dari lima pernyataan, sehingga jumlah pernyataan dalam indikator untuk menjelaskan *customer capital* adalah 15 pernyataan dan diukur menggunakan lima *point* skala *likert* yang tersedia pada kuesioner. Jika hasil dari pengukuran secara komprehensif condong ke arah 1 menunjukkan implementasi *customer capital* rendah dan jika condong ke arah angka 5 menunjukkan implementasi *customer capital* yang tinggi.

- d. *Intellectual capital* adalah adalah bahan baku intelektual seperti pengetahuan, informasi, properti intelektual, dan pengalaman yang bersama-sama digunakan untuk menciptakan kesejahteraan dalam perusahaan (Stewart, 1997), dan dengan adanya modal intelektual tersebut, perusahaan akan

mendapatkan tambahan keuntungan atau keamanan proses usaha serta memberikan perusahaan suatu nilai lebih dibanding dengan kompetitor atau perusahaan lain. *Intellectual capital* seringkali diartikan sebagai selisih antara nilai pasar perusahaan dengan *replacement cost* aktiva yang bersangkutan. Oleh karena itu, perbedaan ini (seringkali positif) dapat dideskripsikan sebagai “Hal-hal yang tidak dapat secara normal ditempatkan di label harga” seperti keahlian, pengetahuan, dan kemampuan “*learning organization*” perusahaan.

Terdapat tiga element yang diajukan sebagai penggerak *Intellectual Capital*, yaitu:

1. *Human Capital*,
2. *Structural Capital*,
3. *Customer Capital*.

Oleh karena itu pengukuran variabel ini menggunakan sembilan indikator, yang merupakan gabungan dari indikator-indikator dalam *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*.

Variabel-variabel di atas diukur dengan tingkat kesetujuan responden atas pernyataan yang diberikan. Tingkat pengukuran setuju dan tidak setuju diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5, semakin ke arah angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan ke arah 5 menunjukkan sangat setuju. Jika hasil dari pengukuran secara komprehensif condong ke arah 1 maka implementasi *intellectual capital* (*human capital*, *customer capital*, dan *structural capital*) rendah dan jika condong ke arah angka 5 menunjukkan implementasi *intellectual*

capital (human capital, customer capital, dan structural capital) tinggi dalam komunitas pegawai.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor: 5/14/PBI/2003, Bank Perkreditan Rakyat yang selanjutnya disebut BPR adalah sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional maupun berdasarkan Prinsip Syariah. Selain itu dijelaskan juga bahwa sumber daya manusia dalam BPR adalah:

- a. anggota direksi dan komisaris BPR;
- b. dewan pengawas syariah; dan
- c. pegawai BPR.

Populasi dari penelitian ini adalah semua sumber daya manusia di Kantor Bank Perkreditan Rakyat. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang umumnya disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah para karyawan (kecuali satpam dan petugas kebersihan) di semua divisi Kantor Pusat PT Bank Perkreditan Rakyat Setia Karib Abadi Semarang yang telah bekerja lebih dari dua tahun dengan minimal pendidikan D3. Pilihan tersebut berdasarkan asumsi bahwa para pegawai yang telah bekerja lebih dari dua tahun dianggap telah mengerti sistem, proses operasional, dan kebudayaan perusahaan serta memiliki loyalitas terhadap

BPR, perusahaan tempat pegawai tersebut bekerja. Selain itu, minimal pendidikan D3 diasumsikan bahwa pegawai tersebut mengerti sistem, terutama sistem perbankan, dan mendapatkan informasi yang baik untuk peningkatan kinerja perusahaan (*business performance*), termasuk pengetahuan mengenai *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data diperoleh dari data subyek (*self report data*) yang berupa karakteristik dan opini atau jawaban responden (seluruh karyawan PT BPR Setia Karib Abadi Semarang kecuali petugas kebersihan dan satpam) atas pernyataan-pernyataan yang disediakan dalam kuesioner penelitian. Sumber data adalah sumber daya manusia atau karyawan yang bekerja di PT BPR Setia Karib Abadi Semarang. Selain itu, data lain yang dibutuhkan adalah umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, jabatan, dan masa kerja.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara melalui bantuan kuesioner. Metode ini melalui penyebaran kuesioner yang telah disusun secara terstruktur kepada karyawan Kantor Pusat PT BPR Setia Karib Abadi, sejumlah pertanyaan tertulis disampaikan pada responden untuk ditanggapi sesuai dengan kondisi yang dialami oleh responden yang bersangkutan. Setiap paket kuesioner terdiri dari empat bagian yang harus dijawab

oleh responden dengan mengikuti perintah yang terdapat di dalam setiap bagian. Bagian pertama berisi tentang pernyataan yang berhubungan dengan *human capital*, bagian kedua berisi tentang pernyataan yang berhubungan dengan *structural capital*, dan bagian ketiga berisi tentang pernyataan yang berhubungan dengan *customer capital* yang dimiliki oleh perusahaan di tempat para responden bekerja. Selanjutnya, bagian keempat berisi pertanyaan yang berhubungan dengan kinerja perusahaan di tempat responden bekerja, relatif terhadap para pesaing dalam industri yang sama beberapa tahun terakhir, yang diadopsi dari kuesioner Bontis et al. (2010). Kuesioner ini berdasarkan kuesioner yang telah dikembangkan oleh Bontis et al. (2010).

Metode penyebaran kuesioner adalah *Personally Administered Questionnaires*, yaitu penggunaan kuesioner yang disampaikan dan dikumpulkan oleh peneliti dengan menemui responden secara langsung, sehingga peneliti dapat memberikan penjelasan kepada responden mengenai hal-hal yang belum dimengerti oleh responden.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Alat Uji Hipotesis

Sebagai alat analisis data, digunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dalam penelitian ini. PLS merupakan salah satu metode untuk melaksanakan model *Structural Equation Modelling* (SEM). Untuk tujuan penelitian ini metode ini dirasa lebih baik dibandingkan software SEM yang lain, misalnya AMOS dan LISREL. Hal ini disebabkan pendekatan PLS merupakan

distribution free (tidak mengasumsikan data berdistribusi tertentu, dapat berupa nominal, kategori, ordinal, interval, dan rasio).

Menurut Ghozali (2006), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. Model PLS selain dapat digunakan sebagai konfirmasi teori juga dapat digunakan untuk membangun hubungan yang belum atau rendah landasan teorinya atau untuk pengujian proposisi (Ghozali, 2006).

Terdapat dua macam indikator dalam pendekatan PLS. Indikator pertama adalah indikator refleksif atau *reflective indicator*. *Reflective indicator* adalah indikator yang dianggap dipengaruhi oleh konstruk laten, atau indikator yang dianggap merefleksikan/merepresentasikan konstruk laten. *Reflective indicator* mengamati akibat yang ditimbulkan oleh variabel laten. Indikator kedua adalah indikator formatif atau *formative indicator*. *Formative indicator* adalah indikator yang dianggap mempengaruhi variabel laten. *Formative indicator* mengamati faktor penyebab dari variabel laten.

PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif. Menurut Ghozali (2006) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner model* (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan

konstruknya) dispesifikasi. Hasilnya adalah *residual variance* dari variabel dependen.

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan indikatornya (*loading*). Ketiga, berkaitan dengan *means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses iterasi 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi *means* dan lokasi (Ghozali, 2006). Model analisis jalur semua variabel laten dalam PLS terdiri dari 2 model, yaitu *inner model* dan *outer model*.

3.5.2 Uji Hipotesis

1. Outer Model

Outer model, sering juga disebut *outer relation* atau *measurement model*, mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Indikator refleksif, yang menggunakan tiga kriteria untuk menilai *outer model*, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

Convergent validity dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan

construct score yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin, 1998 dalam Ghozali, 2006).

Discriminant validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan *item* pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya.

Uji lainnya adalah menilai reliabilitas setiap konstruk dengan melihat *composite reliability* yang mengukur suatu konstruk dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *cronbachs alpha* (Ghozali, 2006).

2. Inner Model

Inner model yang kadang disebut juga dengan (*inner relation, structural model dan substantive theory*) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance*, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *Rsquare* untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh

variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2006). Di samping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameterinya. Nilai *Q-square* lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan apabila nilai *Q-square* kurang dari nol menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.