

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**
**Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2008 - 2012**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

MINANTI KUSUMOWATI
NIM. 12030111150012

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013

PERSETUJUAN PENELITIAN

Nama Penyusun : Minanti Kusumowati

Nomor Induk Mahasiswa : 12030111150012

Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan
Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2008 – 2012)**

Dosen Pembimbing : Wahyu Meiranto, SE. M.Si., Akt

Semarang, 29 November 2013

Dosen Pembimbing,

Wahyu Meiranto, SE. M.Si., Akt

NIP. 19760522 200312 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Minanti Kusumowati
Nomor Induk Mahasiswa : 12030111150012
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis
Judul Skripsi : **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi
Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun
2008-2012)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 6 Desember 2013

Tim Penguji :

1. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt. (.....)
3. M. Didik Ardiyanto, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Minanti Kusumowati, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* PADA KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2012)**, 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, 29 November 2013

Yang membuat pernyataan,

Minanti Kusumowati
NIM. 12030111150012

HALAMAN PERSEMBAHAN

Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan

~ *Amsal 1:7* ~

Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang

~ *Amsal 25:18* ~

Karya kecil ini kupresembahkan untuk :

Tuhan dengan segala Kemuliaan-Nya

Kedua orang tuaku yang sangat ku sayangi

Adz Andi, malaikat kecilku

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan dengan diidentifikasi menggunakan konsep *input-process-output* dan modal manusia, modal pelanggan, serta modal inovatif dan proses. Didasarkan pada *Resource Based Theory* dan perspektif *intellectual capital*, penelitian ini menggunakan model jalur struktural yang diterapkan pada data keuangan untuk menganalisis hubungan antara empat komponen *intellectual capital*, serta pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yakni laporan keuangan tahun 2008 sampai dengan tahun 2012 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008 sampai dengan tahun 2012. Sampel penelitian ini berjumlah tujuh belas perusahaan. Sampel diambil secara *purposive sampling* dengan beberapa kriteria pemilihan sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak seluruh komponen *intellectual capital* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan. Modal inovasi berpengaruh positif terhadap modal pelanggan dan modal manusia. Modal proses berpengaruh negatif terhadap modal pelanggan. Nilai tambah sumberdaya manusia berpengaruh positif terhadap modal pelanggan. Modal pelanggan dan nilai tambah sumberdaya manusia berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

Kata kunci : *intellectual capital*, modal inovasi, modal pelanggan, modal proses, modal manusia, kinerja perusahaan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to provide an empirical evidence about the influence of intellectual capital on company performances that is identified using an input-process-output concept of human, customer, innovative and process capitals, on company performances. Based on Resourced-Based Theory and intellectual capital perspective, the structural path model is applied to financial data to analyze the relationships among the four components of intellectual capital, as well as the causal effects of intellectual capital on company performance.

Data that used in this study is secondary data, financial reporting 2008 until 2012 which were obtained from the Indonesia Stock Exchange. The population of this study are companies that listed in the Indonesia Stock Exchange in from 2008 until 2012. Sample of this study are seventeen companies. Samples were taken by purposive sampling with a sample selection criteria.

Results of this study indicate that not all components of intellectual capital significantly influence the performance of the company. Positive effect on innovation to human capital and customer capital. Capital process negatively affect customer capital. Value-added human resources positive effect on customer capital. Customer capital and value-added human resources has a positive effect on firm performance

Keywords: intellectual capital, innovation capital, customer capital, process capital, human capital, the company's performance.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kurniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Perusahaan”, sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis sangat menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta fasilitas dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang terdalam kepada:

1. Prof. Dr. HM. Nasir, M.Si, Akt. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. Muchammad Syafruddin, M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
3. Wahyu Meiranto, SE. M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, dorongan, bimbingan, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini
4. Drs. Sudarno M. Si., Akt., Ph.D. selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

5. Kedua Orang Tuaku, Bapak Waluyo Slamet dan Ibu Elly Sukeksi, yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi
6. Adik, Andi Wahyu Dwinanto, yang telah memberikan semangat, kasih sayang dan doa.
7. Sahabat-sahabat terbaik, Warih W. Kurniawan, Abhiyoga Narendra, Anna Khusnun Safitri, yang selalu memberikan semangat dengan penuh sukacita.
8. Sahabat-sahabat “Kost Tabri”, Henry Togar Manurung, Arya Fitri Siswoyo, Tiyas Ardian Saputra, Krisnadi Sanusi, Ranar Pradipto, yang selalu menemani dan memberikan semangat selama penulis menempuh studi.
9. Teman-teman Akuntansi D3-Transfer Universitas Diponegoro yang terus memotivasi dan memberikan semangat.
10. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian ini. Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan, mengingat keterbatasan pengetahuan penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, Desember 2013
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Resources-Based Theory</i>	15
2.1.2 <i>Intellectual Capital</i>	17
2.1.2.1 Pengukuran <i>Intellectual Capital</i>	18
2.1.2.2 Komponen <i>Intellectual Capital</i>	21

2.1.3	Kinerja Perusahaan.....	26
2.1.4	Hubungan antara RBT dengan <i>Intellectual Capital</i>	27
2.2	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	33
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	33
2.4.1	Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Biaya Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan.....	33
2.4.2	Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Nilai Tambah Sumberdaya Manusia.....	34
2.4.3	Pengaruh Proses Operasi yang Efisien Terhadap Biaya Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan.....	35
2.4.4	Pengaruh Nilai Tambah Sumberdaya manusia terhadap Biaya Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan.....	36
2.4.5	Pengaruh Biaya Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan Terhadap Kinerja Perusahaan.....	38
2.4.6	Pengaruh Nilai Tambah Sumberdaya Manusia Terhadap Kinerja Perusahaan.....	39
BABIII METODOLOGI PENELITIAN.....		41
3.1	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	41
3.1.1	Variabel Independen.....	41
3.1.1.1	Kapasitas Inovasi.....	41
3.1.1.2	Proses Operasi yang Efisien.....	43
3.1.1.3	Biaya Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan	44
3.1.2.4	Nilai Tambah Sumberdaya Manusia.....	45
3.1.3	Variabel Dependen.....	47

3.2	Populasi dan Sampel	48
3.3	Jenis dan Sumber Data	49
3.4	Metode Penumpulan Data	49
3.5	Metode Analisis	49
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	49
3.5.2	Analisis Data	51
3.5.2.1	<i>Inner Model</i>	51
3.5.2.2	<i>Outer Model</i>	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	53
4.2	Analisis Data	55
4.2.1	Statistik Deskriptif	55
4.2.1.1	Kapasitas Inovasi	55
4.2.1.2	Proses Operasi yang Efisien	56
4.2.1.3	Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan	56
4.2.1.4	Nilai Tambah Sumberdaya Manusia	57
4.2.1.5	Kinerja Perusahaan	58
4.2.2	Hasil Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	58
4.2.2.1	<i>Convergent Validity</i>	59
4.2.2.2	<i>Composite Reliability</i>	60
4.2.2.3	<i>Discriminant Validity</i>	61
4.3	Hasil <i>Inner Model</i> atau Hubungan Antar Variabel dan Pengujian Hipotesis	61
4.3.1	Hasil <i>Inner Model</i> atau Hubungan Antar Variabel	62
4.3.1.1	<i>Inner Model</i> Pengaruh Kapasitas Inovasi,	

Proses Operasi yang Efisien, dan Nilai Tambah Sumberdaya Manusia terhadap Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan.....	62
4.3.1.2 <i>Inner Model</i> Pengaruh Kapasitas Inovasi terhadap Nilai Tambah Sumberdaya Manusia.	63
4.3.1.3 <i>Inner Model</i> Pengaruh Kapasitas Inovasi terhadap Nilai Tambah Sumberdaya Manusia.	63
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	64
4.3.2.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan.....	64
4.3.2.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Nilai Tambah Sumberdaya Manusia...	65
4.3.2.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Proses Operasi Yang Efisien Terhadap Pemeliharaan Hubungan Dengan Pelanggan.....	66
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis Pengaruh Nilai Tambah Sumberdaya Manusia Terhadap Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan.....	67
4.3.2.5 Pengujian Hipotesis Pengaruh Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan Terhadap Kinerja Perusahaan.....	68
4.3.2.6 Pengujian Hipotesis Pengaruh Nilai Tambah Sumberdaya Manusia Terhadap Kinerja Perusahaan.....	69

4.4 Pembahasan	69
4.4.1 Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan.....	69
4.4.2 Pengaruh Kapasitas Inovasi terhadap Nilai Tambah Sumberdaya Manusia	70
4.4.3 Pengaruh Proses Operasi yang Efisien Terhadap Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan.....	71
4.4.4 Pengaruh Nilai Tambah Sumberdaya Manusia Terhadap Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan.....	73
4.4.5 Pengaruh Pemeliharaan Hubungan terhadap Kinerja Perusahaan.....	74
4.4.6 Pengaruh Nilai Tambah Sumberdaya Manusia terhadap Kinerja Perusahaan.....	75
BAB V PENUTUP	76
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Keterbatasan.....	79
5.3 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 4.1	Pemilihan Sampel Penelitian.....	53
Tabel 4.2	Daftar Sampel Penelitian.....	54
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif.....	55
Tabel 4.4	Hasil <i>Outer Loadings</i>	59
Tabel 4.5	Hasil <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	60
Tabel 4.6	<i>Latent Variabel</i> dan Akar AVE.....	61
Tabel 4.7	Hasil <i>R-Square</i>	62
Tabel 4.8	<i>Path Coefficient</i> (Mean, STDEV, T-Values).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep <i>Input– Process – Output</i> dan Model Konseptual	28
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3.1	Diagram <i>Path</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Perusahaan Sampel Penelitian.....	L-1
Lampiran 2 <i>Inner Model</i>	L-2
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Smart PLS Ver 2.0.....	L-3

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir ini, persaingan antar pelaku bisnis telah meningkat dan para pelaku bisnis pun menghadapi tantangan yang sangat berat dan beragam. Persaingan tersebut diiringi dengan bertambahnya tuntutan pelanggan kepada produsen, yang mendorong pelaku bisnis memperbaiki kualitas diri sehingga mampu bertahan.

Upaya yang dapat ditempuh oleh pelaku bisnis untuk mempertahankan diri adalah dengan meningkatkan kinerja manajerial, dan melakukan inovasi dalam bisnisnya. Kinerja perusahaan menurut Brandon & Dyrtina dalam Zulmiati (2012) merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Pencapaian kinerja perusahaan yang optimal dapat ditempuh apabila setiap organisasi, baik sektor privat maupun sektor publik memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Zulmiati (2012) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dapat dibentuk melalui berbagai cara, seperti menciptakan produk dengan desain yang unik, penggunaan teknologi modern, desain organisasi, serta menggunakan sumberdaya yang ada dengan efektif, efisien serta ekonomis. Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Mc.Leod dan Schell (2008), keunggulan kompetitif dapat direalisasikan dalam hal mendapatkan keunggulan strategis, taktis, maupun operasional.

Suatu perusahaan, agar dapat terus bertahan, dengan cepat perusahaan-perusahaan mengubah sistem manajemen mereka dari bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor-based business*) menuju bisnis berdasarkan pengetahuan atau *knowledge based business* (Sawarjuwono dan Kadir, 2003).

Sawarjuwono dan Kadir (2003) juga menjelaskan bahwa dalam sistem manajemen yang berbasis pengetahuan, modal konvensional seperti sumber daya alam, sumber daya keuangan dan aktiva fisik lainnya menjadi kurang penting dibandingkan dengan modal yang berbasis pada pengetahuan dan teknologi. Dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi maka akan dapat diperoleh bagaimana cara menggunakan sumber daya lainnya secara efisien dan ekonomis, yang nantinya dapat menciptakan keunggulan dalam persaingan. Brandon & Dyrtna dalam Zumiaty (2012) mengungkapkan untuk mencapai keunggulan dalam persaingan, setiap organisasi, baik sektor privat maupun sektor publik, harus memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dibandingkan dengan organisasi lainnya. Keunggulan ini dapat diwujudkan dengan berbagai cara, seperti inovasi produk, desain organisasi, serta menggunakan sumberdaya yang efektif dan, efisien dan ekonomis. Peran *knowledge* sebagai aset yang cukup penting bagi perusahaan diikuti dengan semakin pentingnya identifikasi dan pengelolaan *intellectual capital*.

Intellectual capital merupakan aset tidak berwujud (*intangible assets*), sehingga sulit untuk diukur (Cheng *et al*, 2010). Rehman *et al*. (2011) juga telah meneliti mengenai *intellectual capital*, dan mengutarakan bahwa *intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud dan merupakan *knowledge-based business*.

Lingkungan bisnis tradisional cenderung berfokus pada aset berwujud untuk meningkatkan kinerja organisasi. Tapi dalam budaya bisnis turbulen sekarang, organisasi lebih berfokus pada aset pengetahuan atau intelektual untuk meningkatkan efisiensi *value base* dan bagaimana efisiensi *value base* meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Nilai suatu perusahaan dapat tercermin dari harga yang dibayar investor atas sahamnya dipasar, semakin meningkatnya perbedaan antara saham dengan nilai buku aktiva yang dimiliki perusahaan menunjukkan *hidden value*. Penghargaan lebih atas suatu perusahaan dari para investor tersebut diyakini disebabkan oleh modal intelektual yang dimiliki perusahaan. Berkurangnya, bahkan hilangnya aktiva tetap dalam neraca perusahaan tidak menyebabkan hilangnya penghargaan pasar terhadap perusahaan, tercermin dari banyaknya perusahaan yang memiliki aktiva yang berwujud yang tidak signifikan dalam laporan keuangan namun penghargaan pasar atas perusahaan-perusahaan tersebut sangat tinggi (Roos *et al*, 1997 dalam Sawarjuwono, 2003). Oleh karena itu, *intellectual capital* dalam bisnis modern ini telah menjadi aset yang sangat bernilai. Semakin berkembangnya pengetahuan tentang *intellectual capital*, hal tersebut menimbulkan tantangan bagi para akuntan untuk mengidentifikasi, mengukur, dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan.

Di Indonesia sendiri, fenomena *intellectual capital* mulai berkembang setelah munculnya PSAK No.19 (revisi 2000) tentang aset tidak berwujud. Meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit sebagai *intellectual capital*, namun lebih kurang *intellectual capital* telah mendapat perhatian. Menurut PSAK No.19,

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 (IAI, Juli 2009). PSAK No.19 paragraf 09 menyebutkan beberapa contoh dari aset tidak berwujud seperti ilmu pengetahuan dan teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar dan merek dagang (termasuk merek produk / *brand names*). Selain itu juga ditambahkan piranti lunak komputer, hak paten, hak cipta, film gambar hidup, daftar pelanggan, hak perusahaan hutan, kuota impor, waralaba, hubungan dengan pemasok atau pelanggan, kesetiaan pelanggan, hak pemasaran, dan pangsa pasar.

Namun kenyataannya, implementasi *intellectual capital* di Indonesia masih kurang. Hal ini dapat dilihat dari keengganan perusahaan memberi perhatian lebih terhadap *intellectual capital* yang meliputi *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Dalam banyak kasus, sampai dengan saat ini perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung menggunakan *convensional based* dalam membangun bisnisnya sehingga produk yang dihasilkan masih miskin kandungan teknologinya. Padahal perusahaan-perusahaan tersebut akan lebih mampu bersaing apabila menggunakan keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh *intellectual capital* perusahaan (Kuryanto dkk, 2008). Ketidakmampuan perusahaan untuk mencatat aset tidak berwujud tersebut ke dalam neraca dikarenakan standar akuntansi yang ada saat ini belum mampu menangkap dan melaporkan investasi yang dikeluarkan

untuk memperoleh sumber daya non fisik, karena akuntansi cenderung berfokus pada aset / aktiva yang sifatnya nyata.

Saat ini, di pasar cenderung terjadi gap antara nilai pasar perusahaan dan *book value* (Cheng *et al*, 2010). Menurut Lev dalam Cheng *et al*, (2010), mulai tahun 1977 hingga 2001, rasio nilai pasar terhadap nilai buku dari Standard dan Poors (S & P) pada 500 perusahaan meningkat dari sedikit di atas satu hingga menjadi lebih dari lima, hal ini mengambabarkan bahwa laporan keuangan perusahaan tidak dapat mewakili nilai perusahaan sebenarnya. Menurut Fornell dalam Cheng *et al*. (2010) gap tersebut menunjukkan adanya suatu *intangible asset* yang terdiri atas *Intellectual Capital* (IC), yang sering tidak dilaporkan pada laporan keuangan, namun *intangible asset* tersebut dianggap sangat penting dan mungkin merupakan 80 persen dari nilai pasar perusahaan.

Stewart (1997) dalam Rehman *et. al.*, (2011) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai pengetahuan dan informasi yang menciptakan efisiensi *value added* untuk menghasilkan kekayaan perusahaan. Oleh karena itu, penciptaan *value added* suatu organisasi dapat mengukur *tangible* (*Capital Employed*) dan *intangible* (*Human dan Structural Capital*).

Menurut Sawarjuwono dan Kadir (2003), *human capital* merupakan *lifeblood* dalam *intellectual capital*. Disinilah sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan.

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. *Structural capital* diklasifikasikan kedalam dua kategori, yakni *intellectual property* dan *infrastructure capital* (Sawarjuwono dan Kadir, 2003). *Intellectual property* mencakup *patents, copyright, design rights, trade secrets, trademark, service marks* dan juga *trade dress*. Sedangkan *infrastructure capital* lebih mengacu pada kekayaan dalam hal manajemen.

Customer Capital menurut Sawarjuwono dan Kadir (2003) merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata. *Customer Capital* merupakan hubungan harmonis yang dimiliki perusahaan dengan para mitranya. Selanjutnya, Sawarjuwono dan Kadir juga menjelaskan bahwa *Customer Capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut. Bontis (1999), sebagaimana dikutip oleh Bontis *et al.*,(2000) menjelaskan bahwa hal terpenting dalam *customer capital* merupakan pengetahuan yang berada dalam lingkup pemasaran serta hubungan dengan pelanggan, yangmana suatu perusahaan dapat berkembang melalui usaha yang dijalankannya.

Beranjak dari pemahaman bahwa *intellectual capital* memegang peranan yang cukup penting dalam menentukan nilai suatu perusahaan, inovasi menjadi faktor yang cukup penting bagi perusahaan untuk menjaga keunggulan kompetitif jangka panjang. *Innovation capital* mengarah pada hasil inovasi yang menjadi bagian dari hak milik intelektual, seperti paten dan lisensi sebagai faktor utama

bagi kemampuan perusahaan untuk menjaga persaingan jangka panjang (Cheng *et al.*, 2010).

Bontis *et al.*, (2000) meneliti pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja bisnis. Dalam penelitiannya, Bontis *et al.*, memproksikan *intellectual capital* dalam komponen-komponennya, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa *human capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer capital*, serta berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *structural capital*. Hasil lain dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *structural capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer capital*. Hal terakhir yang ditunjukkan dalam penelitian ini adalah *structural capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Oleh sebab itu dapat ditarik kesimpulan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Penelitian lain dilakukan Zerenler *et al.*, (2008) meneliti mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap *innovation performance*. Zerenler *et al.*, memproksikan *intellectual capital* ke dalam komponen-komponennya, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Ketiga komponen *intellectual capital* tersebut berpengaruh positif terhadap *innovation performance*. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *innovation performance*.

Cheng *et al.*, (2010) telah meneliti pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan. Cheng *et al.*, memproksikan *intellectual capital* menjadi kapasitas inovatif, proses operasi yang efisien, biaya pemeliharaan hubungan

dengan pelanggan, dan nilai tambah sumberdaya manusia. Penelitian ini menunjukkan bahwa kapasitas inovatif berpengaruh positif terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, kapasitas inovatif berpengaruh positif terhadap nilai tambah sumberdaya manusia, proses operasi yang efisien berpengaruh negatif terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, nilai tambah sumberdaya manusia berpengaruh positif terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, serta biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan dan nilai tambah sumberdaya manusia berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Rehman *et al.*, (2011) telah meneliti pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan, dengan menggunakan metode VAICTM. Rehman meneliti hubungan *intellectual capital* dengan *financial performance*, yang mana *intellectual capital* diprosikan dengan nilai tambah perusahaan, *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*, serta *financial performance* diukur melalui EPS, ROE, dan ROI. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* terhadap *financial performance*, dan hubungan positif antara nilai tambah perusahaan terhadap *financial performance*. Oleh sebab itu, dapat terlihat bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan positif antara *intellectual capital* terhadap *financial performance*.

Penelitian terdahulu tentang *intellectual capital* yang sebagian besar menggunakan metode VAICTM memiliki beberapa keterbatasan. Metode yang

dikembangkan oleh Pulic (1997) ini berfokus pada *value added* yang merupakan selisih antara input dan output serta mengukur *intellectual capital* perusahaan sebagai efisiensi *value added* yang ada sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan. *Value added* ini dipengaruhi oleh efisiensi dari *human capital*, *structural capital*, dan *capital employed*.

Model VAICTM memiliki kekurangan yaitu ukuran VAICTM untuk *structural capital* (SCVA) tidak menjadi ukuran yang lengkap dari *structural capital* karena mengabaikan modal inovasi perusahaan (Chen *et al.*, 2005). Metode ini tidak jelas dalam menghitung *structural capital* karena hanya menghitung dari selisih *value added* dan *human capital* tanpa menghitung dengan spesifik komponen *structural capital* yang dimiliki oleh perusahaan. Metode ini juga tidak memperhitungkan bentuk *innovative capital* dan *customer capital* yang dimiliki oleh perusahaan meskipun inovasi yang dilakukan perusahaan serta biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan merupakan hal yang vital bagi perusahaan saat ini. *Innovative capital* dapat diproksikan dengan biaya R&D sedangkan *customer capital* dapat diproksikan dengan biaya iklan. Biaya R&D dan biaya iklan mempunyai peran yang sangat penting dalam dunia bisnis saat ini. Biaya R&D umumnya dianggap sebagai penggerak dalam kemajuan teknologi dan pertumbuhan perusahaan, dan biaya iklan bertujuan untuk mempromosikan merek produk dan perusahaan.

Wang dan Chang (2005) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa sebagian besar penelitian berfokus pada dampak *intellectual capital* individu pada kinerja tanpa melihat ke suatu kerangka terpadu yang menggambarkan hubungan

antar komponen *intellectual capital*. Banyak faktor, seperti strategi perusahaan dan karakteristik industri, dapat mempengaruhi penggerak nilai perusahaan. Dengan demikian, akan lebih tepat untuk menempatkan penekanan pada keterkaitan antara elemen *intellectual capital* dari perspektif yang lebih makroskopik, daripada memberikan perhatian hanya pada pengukuran tertentu *intellectual capital* dan kinerja ketika kita menguji pengaruh *intellectual capital* pada kinerja. Apabila hubungan antar komponen *intellectual capital* dapat dipahami secara lebih jelas, peningkatan kinerja perusahaan dapat dicapai dengan mengelola komponen *intellectual capital* mana yang paling berpengaruh pada perusahaan, misalnya dengan menginvestasikan lebih banyak sumberdaya pada komponen *intellectual capital* tersebut

Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Cheng *et al.* (2010), Rahardian (2010), dan Zumiaty (2011). Adapun perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah data penelitian ini didapat dari perusahaan manufaktur yang telah *go public* dan *listed* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009 sampai dengan 2011). Penelitian ini mencoba untuk memperluas lingkup hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan dengan menggunakan model penelitian yang dikembangkan oleh Cheng *et al.*, (2010). Cheng *et al.*, (2010) menggabungkan perspektif *intellectual capital* dengan proses *value creation* yang berdasar pada *resources based theory* dan konsep *input – process - output*. Cheng *et al.*, (2010) menggunakan empat komponen *intellectual capital*, yaitu *human capital*, *process capital*, *innovation capital* serta *customer capital* yang masing-masing

komponen diprosikan sebagai sumberdaya manusia yang bernilai tambah, proses operasi yang efisien, kapasitas inovasi dan biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan. Kemudian untuk mencari interaksi dan hubungan antar komponen *intellectual capital* tersebut yang akhirnya mempengaruhi kinerja perusahaan dapat dibuat sebuah model pengukuran *intellectual capital* dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) dimana keempat komponen *intellectual capital* tersebut dianalisis secara simultan. Selain itu, Cheng et al., (2010) menggunakan AMOS sebagai alat analisisnya, sedangkan pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square*.

Berdasarkan fenomena tersebut, judul yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008– 2012)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kapasitas inovatif berpengaruh terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan?
2. Apakah kapasitas inovatif berpengaruh terhadap nilai tambah sumber daya manusia?

3. Apakah proses operasi perusahaan yang efisien berpengaruh terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan?
4. Apakah nilai tambah sumberdaya manusia berpengaruh terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan?
5. Apakah biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
6. Apakah nilai tambah sumber daya manusia berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh kapasitas inovatif terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan
2. Untuk menganalisis pengaruh kapasitas inovatif terhadap nilai tambah sumber daya manusia?
3. Untuk menganalisis pengaruh proses operasi perusahaan yang efisien terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan
4. Untuk menganalisis pengaruh nilai tambah sumberdaya manusia terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan
5. Untuk menganalisis pengaruh biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan terhadap kinerja perusahaan
6. Untuk menganalisis pengaruh nilai tambah sumber daya manusia terhadap kinerja perusahaan

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi untuk penelitian selanjutnya mengenai *intellectual capital* di Indonesia dan menambah wawasan mengenai pengaruh dari *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan di Indonesia

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaannya, khususnya dengan mengelola *intellectual capital* yang dimiliki agar dapat bersaing secara global.

1.4 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang digunakan untuk membahas masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Mencakup teori-teori dan penelitian

terdahulu yang mendukung perumusan hipotesis serta analisis hasil-hasil penelitian lainnya.

Bab III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

Bab IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pengujian atas hipotesis yang dibuat dan penyajian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku.

Bab V: PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian serta saran bagi penelitian sejenis berikutnya, dan juga implikasi penelitian terhadap praktik yang ada.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *The Resource-Based Theory*

Resource-Based Theory (RBT) telah muncul sebagai kerangka kerja baru yang menjanjikan untuk menganalisis sumber dan keberlanjutan keunggulan kompetitif (Barney, 1991; Peppard dan Rylander, 2001). Sumberdaya perusahaan cukup heterogen, tidak homogen, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumberdaya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap perusahaan. Keuntungan diatas rata-rata berasal dari sumberdaya yang dikendalikan oleh perusahaan yang tidak hanya digabung untuk memberikan produk bernilai, tetapi sulit bagi perusahaan lain untuk meniru atau memperolehnya (Wernerfelt, 1984; Barney, 1986 dalam Cheng *et al*, 2010).

Resource Based Theory (RBT) membahas mengenai sumberdaya yang dimiliki perusahaan, dan bagaimana perusahaan dapat mengembangkan keunggulan kompetitif dari sumberdaya yang dimilikinya. Cheng *et al*, (2010) menjelaskan bahwa dalam teori RBT ini, untuk mengembangkan keunggulan kompetitif, perusahaan harus memiliki sumberdaya dan kemampuan yang superior dan melebihi para kompetitornya.

Resource-Based Theory menyebutkan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan diperoleh dari kemampuan perusahaan untuk merakit dan memanfaatkan kombinasi sumberdaya yang tepat (Cheng *et al.*, 2010).

Sumberdaya tersebut dapat berwujud maupun tidak berwujud, dan sumberdaya tersebut mewakili input dalam proses produksi perusahaan ; modal, perlengkapan, keahlian dari pegawai, paten, pembiayaan dan manajer yang berbakat. Seiring dengan meningkatnya efektivitas dan kemampuan perusahaan, jumlah sumberdaya yang dibutuhkan cenderung makin membesar. Melalui penggunaan yang terus menerus, kemampuan tersebut, yang didefinisikan sebagai kemampuan dari beberapa jenis sumberdaya untuk melakukan pekerjaan atau aktivitas secara terus menerus, akan makin sulit untuk dipahami dan ditiru para pesaing. Peppard dan Rylander (2001) menambahkan bahwa untuk mengembangkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan harus mempunyai sumberdaya dan kemampuan untuk yang lebih unggul dari pada pesaing. RBT berfokus pada sumberdaya dan pengembangannya pada organisasi, menuju pada penciptaan nilai dan disiplin manajemen strategis.

Grant (1991) memaparkan bahwa terdapat empat karakteristik sumberdaya dan kemampuan perusahaan, yang pada saat yang sama, menjadi penentu keunggulan kompetitif perusahaan yang berkesinambungan. Karakteristik tersebut adalah:

- a. Daya tahan, walaupun faktor ini bervariasi tergantung pada sumberdaya masing-masing, fakta bahwa kemajuan teknologi yang semakin canggih mengurangi umur efektif dari hampir semua sumberdaya yang ada.
- b. Transparansi, kemampuan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif sangat bergantung pada kecepatan perusahaan lain untuk meniru strategi perusahaan, kemampuan tertentu yang dimiliki perusahaan

yang rumit dan membutuhkan banyak sumberdaya tertentu akan lebih sulit untuk dipahami dan ditiru dibandingkan dengan kemampuan perusahaan yang hanya membutuhkan satu sumberdaya saja, sehingga kepemilikan atas sumberdaya unik yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dapat dipertahankan

- c. Kemampuan transfer, apabila sebuah perusahaan dapat mendapatkan sumberdaya atau kemampuan untuk meniru keunggulan kompetitif dari pesaing yang lebih unggul, sehingga mengakibatkan keunggulan kompetitif pesaing tersebut lalu menghilang karena telah dapat ditiru. Terkadang *transferability* atau perpindahan keunggulan kompetitif ini hanya bisa didapat dari akuisisi atau penguasaan atas perusahaan lain. Semakin tinggi tingkat kemampuan transfer, makin rendah keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan.
- d. Replikabilitas, cara lain untuk mendapatkan sumberdaya adalah dengan investasi internal, karena beberapa jenis kemampuan dan sumberdaya tertentu dapat dengan mudah ditiru. Dengan investasi internal, keunggulan kompetitif dapat dipertahankan dari upaya peniruan oleh pesaing.

2.1.2 *Intellectual Capital*

Meskipun diketahui sangat bernilai, *intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud dan sulit untuk diteliti maupun diukur secara langsung. Aset tidak berwujud pada umumnya merupakan properti intelektual perusahaan (seperti

paten, trademark, hak cipta dan lainnya), goodwill serta pengakuan merek (Cheng *et al.*, 2010).

Stewart (1997) dalam Rehman *et al.* (2011) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai suatu pengetahuan dan informasi yang menciptakan efisiensi *value added* untuk menghasilkan kekayaan perusahaan. Pulic (2001) dalam Rehman *et al.* (2011) menyimpulkan *intellectual capital* sebagai kemampuan pegawai untuk menciptakan efisiensi *value added*.

Bontis *et al.* (2000) menyatakan bahwa pada umumnya para peneliti membagi *intellectual capital* menjadi tiga komponen, yaitu : *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *relational capital* (RC) atau disebut juga *customer capital* (CC). Selanjutnya menurut Bontis *et al.*, secara sederhana HC mencerminkan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya. HC ini termasuk kompetensi, komitmen dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Lebih lanjut Bontis *et al.* menyebutkan bahwa SC meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi. Termasuk dalam SC adalah *database, organizational chart, process manual, strategies, routines* dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar dari nilai materialnya. Sedangkan RC adalah pengetahuan yang melekat dalam *marketing channels* dan *customer relationship*.

2.1.2.1 Pengukuran *Intellectual Capital*

Hartono (2001) dalam Sawarjuwono dan Kadir (2003) membagi pengukuran *intellectual capital* ke dalam dua kelompok, yaitu pengukuran *non-*

monetary (non financial) dan pengukuran *monetary (financial)*. Knight (1999) dalam Sawarjuwono dan Kadir (2003) menyimpulkan bahwa cukup banyak perusahaan yang menggunakan ukuran finansial dalam menilai kinerja perusahaan. Akan tetapi, di sisi lain, Hartono (2001) dalam Sawarjuwono dan Kadir (2003) menguraikan beberapa keunggulan menggunakan pengukuran non moneter dalam mengukur *intellectual capital*. Keunggulan

- a. Pengukuran secara non moneter akan mudah untuk menunjukkan unsur-unsur yang membangun *intellectual capital* dalam perusahaan, sedangkan secara moneter cenderung sulit dilakukan
- b. Pengaruh *internal development* dalam pembentukan *intellectual capital* tidak dapat di ukur dengan pengukuran atribut moneter
- c. Pengkapitalisasian biaya menjadi aset akan mengakibatkan adanya manipulasi terhadap laba

Seiring dengan semakin banyaknya penelitian terhadap metode pengukuran *intellectual capital*, Sveiby (2001) dalam Sawarjuwono dan Kadir (2003) mengklasifikasikan metode pengukuran *intellectual capital* ke dalam empat kelompok, yaitu:

- a. *Direct Intellectual Capital Methods (DIC)*

Estimasi nilai dolar dari aset tidak berwujud dilakukan dengan cara mengidentifikasi komponen-komponen yang bervariasi

- b. *Market Capitalization Methods (MCM)*

Perhitungan terhadap perbedaan antara kapitalisasi pasar perusahaan dengan ekuitas pemegang sahamnya sebagai nilai dari *intellectual capital*

c. *Return On Assets (ROA)*

Rata-rata laba sebelum pajak dalam suatu periode dibagi dengan nilai aset berwujud. Hasil dari pembagian ini merupakan *return on assets* perusahaan yang dapat dibandingkan dengan rata-rata industri

d. *Scorecard Methods (SC)*.

SC merupakan identifikasi komponen-komponen dari *intellectual capital*. Selanjutnya indikator-indikator yang ada dilaporkan dalam bentuk *scorecards* atau grafik.

Luthy (1998) dalam Sawarjuwono dan kadir (2003) mengungkapkan bahwa terdapat dua cara dalam pengungkapan *intellectual capital*, yaitu Model Edvinsson/Malone yang merupakan dasar dari pendekatan *Skandia Navigator*, dan Model Brooking yang menjadi dasar *Dream Ticket*. *Skandia Navigator* diilustrasikan dan dipublikasikan dalam laporan keuangan tahunan Skandia kepada para pemegang saham, sedangkan *Dream Ticket* merupakan pendekatan target yang diilustrasikan sebagai bagian dari audit *intellectual capital*.

Pengungkapan lain dari *intellectual capital* dirangkum oleh Tan *et. al.*, (2007). Berikut ini adalah pengukuran *intellectual capital* yang berbasis non moneter (Tan *et al*, 2007) :

- a. *The Balanced Scorecard*, dikembangkan oleh Kaplan dan Norton (1992)
- b. *Brooking`s Technology Broker Method* (1996)
- c. *The Skandia IC Report Method* oleh Edvinsson dan Malone (1997)
- d. *IC Index* yang dikembangkan oleh Roos et al (1997)
- e. *Intangible Asset Approach* oleh Sveiby (1997)

- f. *Heuristic Frame* oleh Joia (2000)
- g. *Vital Sign Scorecard* oleh Vanderkaay`s (2000)
- h. *The Erns and Young Model* oleh Barsky dan Marchant (2000)

Sedangkan model penilaian *intellectual capital* yang menggunakan penilaian moneter adalah:

- a. EVA dan MVA model (Bontis *et al*, 1999)
- b. *Market – To – Book Value model* (berbagai penulis)
- c. Tobin`s Q (Luthy, 1999)
- d. *VAIC model* (Pulic, 1998, 2000)
- e. *Calculated Intangible Value* (Dzinkowski, 2000)
- f. *Knowledge Capital Earning Model* (Lev dan Feng, 2001)

Metode lain yang digunakan oleh peneliti akuntansi dan praktisi adalah (Tan *et al*, 2007) :

- a. *Human Resource Costing & Accounting* (Johanson dan Grojer, 1998)
- b. *Accounting for The Future* (Nash, 1998)
- c. *Total Value Creation* (McLean, 1999)
- d. *The Value Explorer and Weightless Weight* (Andriessen dan Tissen, 2000; Andriessen, 2001)

2.1.2.2 Komponen *Intellectual Capital*

Stewart (1998) dalam Sawarjuwono dan Kadir (2003) menyatakan bahwa nilai dari *intellectual capital* suatu perusahaan adalah jumlah dari *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* perusahaan.

a. *Human Capital*

Edvinsson dan Malone (1999) dalam Zerenler *et al.* (2008) mengungkapkan *human capital* tidak hanya biaya yang harus diminimalkan, tetapi sumber daya berharga bagi perusahaan, dan perusahaan harus menghargainya.

b. *Structural Capital*

Structural Capital menurut Andriesen (2001) dalam Zerenler *et al.* (2008) adalah total studi sistematis, yang ditujukan untuk memberikan tuas dengan membuat pengetahuan dan keterampilan, yang dinyatakan sebagai ibukota karyawan, kelembagaan dan membentuk memori bersatu organisasi. Setiap perusahaan memiliki *strucutal capital* yang uni. Semua komponen bergerak atau sifat suatu perusahaan menyatukan *structural capital* dan perangkat keras, perangkat lunak, database, struktur organisasi, paten dan merek dagang. *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. *Structural capital* diklasifikasikan kedalam dua kategori, yakni *intellectual property* dan *infrastructure capital* (Sawarjuwono dan Kadir, 2003). *Intellectual property* mencakup *patents, copyright, design rights, trade secrets, trademark, service marks* dan juga *trade dress*. Sedangkan *infrasturcture capital* lebih mengacu pada kekayaan dalam hal manajemen.

c. *Customer Capital*

Customer capital lebih mengutamakan nilai hubungan suatu perusahaan dengan pelanggan, pemasok dan sisanya dari masyarakat untuk pertimbangan dan menyatakan loyalitas dari yang disebutkan kepada perusahaan (Chwalowski, 1997:89) dalam Zerenler *et al.* (2008).

Customer Capital menurut Sawarjuwono dan Kadir (2003) merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata. *Customer Capital* merupakan hubungan harmonis yang dimiliki perusahaan dengan para mitranya.

Cheng *et al.*, (2010) menyatakan bahwa laporan keuangan dapat digunakan untuk mengembangkan dan menyelidiki model *structural path* untuk hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan dengan mempertimbangkan empat komponen seperti *inoovative capacity*, *efficient operating process*, *human value added*, serta *maintanable customer relationship*.

a. *Innovative Capacity* (Kapasitas Inovasi)

Kapasitas inovasi mengarah pada hasil inovasi yang menjadi bagian dari hak milik intelektual, seperti paten dan lisensi dan merupakan faktor kunci kemampuan perusahaan untuk menjaga persaingan jangka panjang (Cheng *et al.*, 2010). Untuk mengukur kapasitas inovasi dalam perusahaan, biaya R&D dianggap mewakili tingkat inovasi. Menurut Cheng *et al.*, 2011 (dalam Zumiaty, 2012), investasi pada biaya R&D meningkatkan kesempatan pada anggota organisasi untuk mengidentifikasi dan mengaplikasikan teknologi

pada produk dan proses perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dan profitabilitas. Untuk mengukur kapasitas inovasi ini digunakan kepadatan R&D tahun sekarang, kepadatan tahun kemarin, intensitas R&D, serta laba per beban R&D sebagaimana perhitungan yang digunakan oleh Wang dan Chang (2005).

b. *Efficiency Operating Process*

Proses bisnis dalam perusahaan dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan nilai bagi konsumen (Miers, 2010 dalam Rahardian, 2011). Mengoperasikan proses perusahaan yang efisien dan efektif dengan kontrol yang ketat terhadap bahan baku dan biaya merupakan tujuan dari tiap perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja baik adalah organisasi yang mengoptimalkan proses produksinya dengan mengurangi waktu produksi, meningkatkan kualitas produk akhir dan mengurangi jumlah karyawan yang diperlukan pada aktivitas tertentu. Miers (2010) dalam Rahardian (2010) lebih lanjut menyebutkan bahwa melalui proses operasi yang efisien inilah, perusahaan dapat menciptakan nilai lebih yang menjadi nilai tambah tersendiri. Operasi yang efisien pada perusahaan diukur dengan tingkat *turnover* atau perputaran baik aktiva, piutang dan aset lancar. Perusahaan yang memiliki tingkat *turnover* yang tinggi diasumsikan memiliki tingkat operasi yang efisien.

c. Nilai Tambah Sumberdaya Manusia

Roos *et al.*, (1997) dalam Bontis *et al.*, (2000) berpendapat bahwa karyawan menciptakan *intellectual capital* melalui kompetensinya, sikapnya, dan kecerdasan intelektualnya. Kompetensi termasuk keahlian dan pendidikan, sikap meliputi komponen perilaku kerja karyawan, sedangkan kecerdasan intelektual memungkinkan seseorang untuk mengubah kebiasaan dan berfikir tentang solusi inovatif suatu masalah.

Sumberdaya manusia merupakan inti dari suatu perusahaan, sedangkan suatu perusahaan sendiri terdiri dari individu-individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Sumberdaya manusia ini dapat diperlakukan sebagai *human capital*, yang dapat diartikan sebagai kapabilitas tiap individu dalam perusahaan dengan semua pengetahuan dan kemampuannya yang bekerja untuk perusahaan. *Human capital* dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan berupa pengembangan kompetensi karyawan, pemindahan pengetahuan dari pekerja ke perusahaan serta perubahan budaya manajemen (Mayo, 2000 dalam Rahardian, 2011). Untuk mengukur *human value added* digunakan produktivitas karyawan, produktivitas per gaji rata-rata direktur, laba operasi per karyawan, laba operasi per gaji rata-rata direktur, nilai tambah per karyawan, serta nilai tambah per gaji rata-rata direktur (Wang dan Chang, 2005).

d. Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan

Bontis *et al.*, (2000) menyatakan bahwa pengetahuan tentang saluran pemasaran dan hubungan dengan pelanggan memainkan peran utama dalam *customer capital*, dan merupakan turunan utama dari pengetahuan yang melekat pada hubungan eksternal perusahaan. Prahalad dan Ramaswamy, 2000 (dalam Cheng *et al.*, 2010) menyatakan bahwa pelanggan menjadi sumberdaya baru bagi kompetensi perusahaan karena mereka memperbaharui semua kompetensi organisasi selain suplier serta pesaing. Fornell, 1992 (dalam Cheng *et al.*, 2010) juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan meningkatkan hubungan bisnis, menurunkan elastisitas harga produk, serta meningkatkan prestise perusahaan.

Tujuan utama dari hubungan konsumen adalah untuk mengubah hubungan tersebut menjadi profitabilitas yang lebih besar dengan meningkatkan tingkat pembelian kembali oleh konsumen dan mengurangi biaya untuk memperoleh konsumen baru (Sun *et al.*, 2006 dalam Rahardian, 2011). Hubungan konsumen yang baik diukur tingkat pertumbuhan penjualan, rasio beban penjualan, umum dan administrasi terhadap biaya total dan rasio beban penjualan, umum, dan administrasi terhadap penjualan.

2.1.3 Kinerja Perusahaan

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, 1997 (dalam Zumiati, 2012)). Sedangkan menurut Horne (dalam Zumiati, 2012) kinerja adalah hasil pencapaian dalam periode tertentu. Untuk menghasilkan kinerja yang baik perlu dilakukan usaha – usaha yang positif untuk mencapainya. Demikian pula pada suatu perusahaan, apabila perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya dengan baik maka akan memperoleh kinerja perusahaan yang baik.

Penilaian kinerja perusahaan dengan menggunakan *balance score card* dapat dilihat dari empat perspektif yaitu perspektif keuangan, perspektif pertumbuhan dan pembelajaran, perspektif proses internal dan perspektif pelanggan. Sedangkan Horne dan Wachowicz, 2005 (dalam Zulmiati, 2012) menyatakan kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilihat dan dibandingkan melalui analisis laporan keuangan yang berguna bagi pengambilan keputusan. Kinerja keuangan dapat tercerminkan dari analisis rasio-rasio keuangan suatu perusahaan. Kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan perputaran aset (ROA), perputaran modal (ROE), rasio laba operasi serta *price to book ratio*.

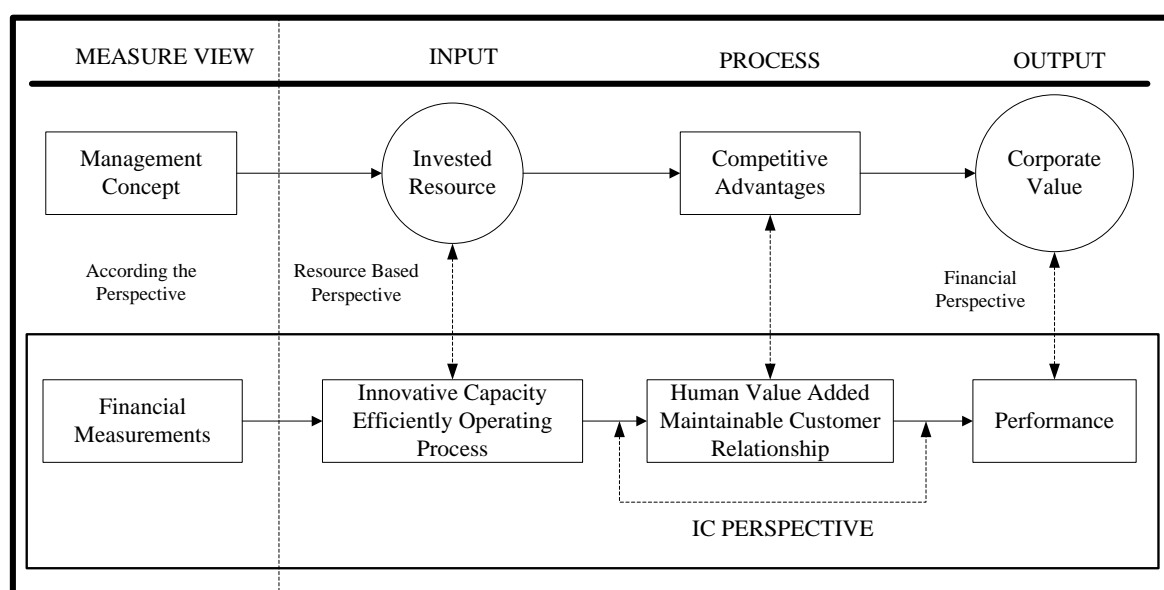
2.1.4 Hubungan antara *Resource-Based Theory* dengan *Intellectual Capital*

Peppard dan Rylander (2001) mengungkapkan dasar pemikiran dari *Resource-Based Theory* (RBT) yakni kemampuan perusahaan menciptakan suatu nilai tidak berhubungan dengan dinamika industri dimana perusahaan tersebut bersaing, melainkan proses akumulasi sumber daya dan penyebaran yang melekat

pada organisasi tersebut. RBT menguji konsep pengukuran statis, seperti asal dan jumlah sumberdaya yang tersebar, namun tidak dapat menjelaskan bagaimana sumber daya yang masuk berubah menjadi output selama proses penciptaan nilai. Perspektif *intellectual capital* muncul sebagai kerangka yang berguna untuk mendeskripsikan sumberdaya perusahaan serta penciptaan nilai.

Peppard dan Rylander telah menyajikan diagram visualisasi *input-process-output* untuk menggambarkan hubungan antara sumber daya dan nilai pemegang saham. Penelitian ini mengaplikasikan perspektif *intellectual capital* dimana komponen *intellectual capital* diidentifikasi dalam proses *input-process-output*, dan bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara sumberdaya dan nilai dalam sebuah proses penciptaan nilai yang dinamis, seperti ditunjukkan oleh Gambar 2.1 di bawah ini.

Gambar 2.1
Konsep *Input-Process Output* dan Model Konseptual



Sumber: Peppard dan Rylander, 2001

Terdapat dua jenis perspektif berbeda yang digunakan, *management concept* adalah perspektif praktis yang biasa digunakan manajemen, yaitu konsep *input – process – output* untuk menjelaskan bagaimana perusahaan mengolah sumber bahan mentah menjadi barang akhir. *Invested resources* dalam bagian input adalah semua sumberdaya yang telah diinvestasikan perusahaan untuk kemudian diolah lebih lanjut. *Competitive advantages* dalam bagian *process* menjelaskan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan untuk mengolah sumberdaya mentah menjadi produk akhir yang memiliki nilai tambah. Kemudian *output* dari proses ini adalah produk akhir yang akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan. *Innovation capacity* dan *efficient operating process* digunakan sebagai variabel proksi untuk *invested resources*. *Human value added* dan *maintainable customer relationship* mewakili *competitive advantages* dan kinerja digunakan untuk menjelaskan nilai perusahaan pada hasil output.

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dilakukan, sudah terdapat beberapa peneliti yang meneliti fenomena serupa. Penelitian terdahulu tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Hasil
1.	Fajariyah (2012)	Variabel Dependen : <i>Business Performance</i>	a. <i>Knowledge Capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>human capital</i>

No.	Peneliti	Variabel	Hasil
		Variabel Independen : <i>Knowledge Capital</i> Variabel Moderating : <i>Human Capital</i> <i>Customer Capital</i> <i>Structural Capital</i>	b. <i>Human capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>structural capital</i> c. <i>Human capital</i> berpengaruh negatif terhadap <i>customer capital</i> d. <i>Structural capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>customer capital</i> e. <i>Customer capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>business performance</i> f. <i>Structural capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>business performance</i>
2	Rehman (2011)	Variabel Dependen : <i>Financial Performance</i> Variabel Independen : VAIC	a. Terdapat hubungan positive antara VAIC TM dan kinerja keuangan b. Terdapat hubungan positif antara VA dan kinerja keuangan c. Terdapat hubungan positive antara HCE, SEC, dan CEE dengan kinerja keuangan (EPS, ROE dan ROI)
3	Cheng <i>et al.</i> (2010)	Variabel Dependen : Kinerja Perusahaan Variabel Independen :	a. kapasitas inovatif berpengaruh positif terhadap <i>maintainable customer relationship</i> b. <i>Innovatif capacity</i> berpengaruh positif

No.	Peneliti	Variabel	Hasil
		<i>Innovative capacity, efficient operating process, maintainable customer relationship, human value added</i>	terhadap <i>human value added</i> c. <i>Efficient operating process</i> berpengaruh negatif terhadap <i>maintainable customer relationship</i> d. <i>Human value added</i> berpengaruh positif dengan <i>maintainable customer relationship</i> e. <i>Maintainable customer relationship</i> dan <i>Human value added</i> berpengaruh positif dengan kinerja perusahaan
4	Zerenler <i>et al.</i> (2008)	Variabel Dependen : <i>Innovation Performance</i> Variabel Independen : <i>Intellectual capital</i> dan komponen-komponennya (HC, SC, CC)	a. <i>Intellectual capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>innovation performance</i> b. <i>human capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>innovation performance</i> c. <i>structural capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>innovation performance</i> d. <i>customer capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>innovation performance</i>
5.	Wang dan Chang (2005)	Variabel Independen: Kinerja Bisnis Variabel Dependen:	a. Secara langsung, ketiga komponen <i>intellectual capital</i> yaitu <i>innovation capital, process capital</i> dan <i>customer capital</i>

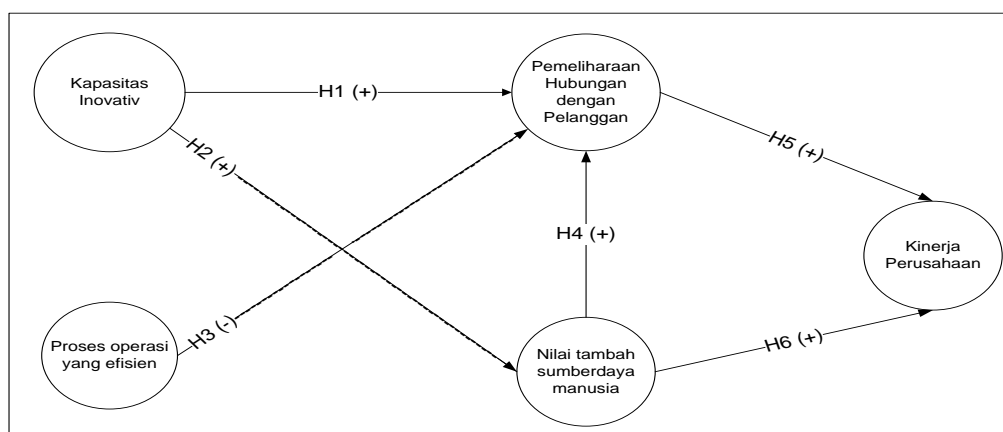
No.	Peneliti	Variabel	Hasil
		Komponen-komponen <i>Intellectual Capital</i> : <i>Human Capital</i> , <i>Structural Capital</i> , <i>Customer Capital</i>	berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, kecuali <i>human capital</i> yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan b. <i>Human capital</i> mempengaruhi kinerja perusahaan melalui hubungannya dengan ketiga komponen <i>intellectual capital</i> yang lain. c. Dalam konteks hubungan interrealisonal antar komponen <i>intellectual capital</i> , keempat komponen tersebut saling berhubungan yang akhirnya dapat mempengaruhi kinerja.
6.	Bontis <i>et al.</i> (2000)	Variabel Dependen: <i>Business Performance</i> Variabel Independen: <i>Human capital</i> , <i>structural capital</i> , <i>customer capital</i>	a. <i>human capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer capital</i> b. <i>human capital</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>structural capital</i> c. <i>structural capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customercapital</i> d. <i>structural capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>business performance</i>

Sumber : Berbagai jurnal yang diolah, 2013

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar dibawah merupakan kerangka pemikiran penelitian ini

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Sumber : Cheng *et al.*, (2010)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah semua komponen *intellectual capital* yaitu kapasitas inovasi, proses operasi yang efisien, biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, serta nilai tambah sumberdaya manusia.

Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Kapasitas Inovatif Terhadap Biaya Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan

Kapasitas inovatif mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk baru untuk memenuhi permintaan

pelanggan, mendesain proses operasi yang lebih efisien dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki perusahaan (Cheng *et al.*, 2010). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kapasitas inovatif memegang peranan bagi perusahaan dalam meningkatkan kemampuan inovasi suatu perusahaan dalam rangka memuaskan pelanggan. Sejalan dengan *Resource-Based Theory* yang menyebutkan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan diperoleh dari kemampuan perusahaan untuk membentuk dan mengkombinasikan sumber daya yang tepat, maka dengan adanya inovasi perusahaan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, sehingga tetap terpeliharanya hubungan baik dengan pelanggan. Semakin tinggi kapasitas inovatif suatu perusahaan, semakin tinggi pula biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disusun hipotesis pertama sebagai berikut:

H1 : Kapasitas inovatif berpengaruh positif terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan

2.4.2 Pengaruh Kapasitas Inovatif Terhadap Nilai Tambah Sumber Daya Manusia

Inovasi dapat diinterpretasikan dalam berbagai hal, salah satunya dengan kualitas sumber daya manusia yang meningkat, dalam hal ini karyawan dari suatu perusahaan. Kualitas sumber daya ini dapat ditingkatkan melalui pelatihan yang diselenggarakan oleh perusahaan.

Berdasarkan *Resource-based theory*, semakin tinggi pelatihan yang diberikan perusahaan kepada karyawan, semakin tinggi pula nilai tambah dari karyawan suatu perusahaan. Dengan demikian, dapat dikatakan semakin tinggi kapasitas inovatif perusahaan, semakin tinggi pula nilai tambah sumber daya manusia.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disusun hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : Kapasitas inovatif berpengaruh positif terhadap nilai tambah sumber daya manusia

2.4.3 Pengaruh Proses Operasi yang Efisien Terhadap Biaya Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan

Sebuah proses operasi berfokus pada prosedur internal yang menentukan sistem dan struktur perusahaan (Cheng *et al.*, 2010). Proses ini menitik beratkan pada aktivitas utama yang cenderung dilakukan perusahaan, seperti investasi dalam R&D, *lead time*, serta ekonomi dan produktivitas proses administratif. Dalam hal ini, sebagaimana diungkapkan oleh Chen *et al.* (2004) dalam Cheng *et al.* (2010), perusahaan dengan proses operasi yang efisien akan menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi pelanggan.

Sesuai dengan *Resource-Based Theory*, proses operasi yang efisien merupakan keunggulan kompetitif yang diperoleh dari perusahaan yang mampu mengelola sumberdaya yang dimiliki. Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai hubungan pelanggan yang semakin baik adalah

dengan mempersingkat waktu siklus dari proses operasi dan mengembangkan proses internal berkualitas tinggi (Cheng *et al.*, 2010). Menurut Kaplan dan Norton (1996) dalam Cheng *et al.* (2010), berdasarkan perspektif *balanced scored card*, sebuah perusahaan yang menampilkan proses operasi yang efisien dengan mengurangi waktu siklus tetapi tetap meningkatkan kualitas mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Seggie *et al.*, (2006) dalam Cheng *et al.* (2010) menunjukkan bahwa penggunaan rantai suplai produk yang baik dapat meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi proses operasi yang efisien, maka biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan akan menurun.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disusun hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3 : Proses operasi yang efisien berpengaruh negatif terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan

2.4.4 Pengaruh Nilai Tambah Sumber Daya Manusia Terhadap Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian Kamath dan Yalama (2007) serta Ting dan Lean (2009), dalam Cheng *et al.* (2010), *human capital* merupakan faktor penting dalam menentukan kinerja perusahaan, serta memiliki hubungan positif terhadap kinerja perusahaan tersebut. Hayton (2005) dalam Cheng *et al.* (2010) menyatakan bahwa *human capital* mengacu pada pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawan. *Output* nilai tambah sumber daya manusia, dalam hal ini

karyawan perusahaan dan manajer adalah nilai yang diciptakan oleh kemampuan mereka di setiap proses inovasi (Cheng *et al.*, 2010).

Sesuai dengan *Resource-Based Theory*, nilai tambah sumberdaya manusia merupakan keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki oleh perusahaan pesaing karena terbentuk dari proses penciptaan, pengembangan serta kombinasi dari sumberdaya manusia yang ada dengan kemampuan yang dapat diciptakan dengan pelatihan. Keahlian dan kecakapan karyawan mampu meningkatkan hubungan baik perusahaan dengan pelanggan dan dapat membantu dalam perolehan pelanggan baru karena karyawan yang terampil dan ahli cenderung lebih disukai pelanggan.

Pada penelitian sebelumnya, Cheng *et al.*, (2010) telah menyatakan bahwa nilai tambah sumber daya manusia merupakan variabel penengah yang tepat antara *innovation capital* dan kinerja perusahaan. Kemampuan ini juga meningkatkan hubungan perusahaan dengan pelanggan, dan dapat membantu perusahaan mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disusun hipotesis keempat sebagai berikut:

H4 : Nilai tambah sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan

2.4.5 Pengaruh Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan Terhadap Kinerja Perusahaan

Pengetahuan terkait jalur pemasaran dan hubungan dengan pelanggan memegang peranan penting dalam *customer capital* dan pengetahuan tersebut didapat dari hubungan perusahaan dengan pihak eksternal (Bontis, 1998 dalam Cheng *et al.*, 2010). Selain itu, aspek lain yang berkaitan dengan pemasok dan pesaing berkontribusi terhadap *customer capital*. Fornell, 1992 (dalam Cheng *et al.*, 2010) menemukan bahwa kepuasan pelanggan meningkatkan hubungan bisnis perusahaan, mengurangi elastisitas harga produk dan meningkatkan prestis perusahaan.

Kualitas yang dirasakan oleh pelanggan merupakan faktor utama dari kepuasan pelanggan. Cheng *et al.* (2010) menyebutkan bahwa tugas utama perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan suatu perusahaan memiliki kecenderungan untuk lebih loyal pada perusahaan.

Berdasarkan konsep *Resources-Based Theory*, sebagaimana diuraikan oleh Zulmiati (2012), biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan merupakan suatu biaya yang diinvestasikan perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif mampu meningkatkan kinerja perusahaan sebagai hasil dari keunggulan kompetitif. Dalam penelitiannya, Bontis *et al.* (2000), Chen *et al.* (2005) serta Wang dan Chang (2005), sebagaimana diuraikan oleh Cheng *et al.*

(2010), membuktikan bahwa *human capital* secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, maka semakin baik pula kinerja perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disusun hipotesis kelimasebagai berikut:

H5 : Biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

2.4.6 Pengaruh Nilai Tambah Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Perusahaan

Wang dan Chang, 2005 (dalam Zulmiati, 2012) menyatakan bahwa *human capital* memiliki dampak tidak langsung pada kinerja, namun secara langsung dapat mempengaruhi *innovation capital* dan *process capital* yang akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan. *Human capital* dan *customer capital* memiliki peranan yang sangat penting dalam kinerja bisnis atau ketahanan bisnis.

Lee dan Wittcloostuijn, 1998 (dalam Zulmiati, 2012) menyatakan bahwa perusahaan yang bertahan lebih lama mempunyai akumulasi pengalaman yang berlimpah, mempekerjakan karyawan yang berpendidikan lebih tinggi, atau mempunyai intensitas jaringan yang lebih tinggi dengan pelanggan potensial sangat jarang mengalami kebangkrutan. *Resources-Based Theory* menyebutkan kinerja perusahaan merupakan *output* dari keunggulan kompetitif, yang dalam penelitian ini diprosikan oleh nilai tambah sumber daya manusia. Zulmiati (2012)

menyebutkan bahwa karyawan perusahaan yang memiliki keahlian dan kemampuan yang baik akan memberikan kontribusi jangka panjang bagi perusahaan dalam bentuk produktivitas yang lebih tinggi. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai tambah sumber daya manusia, semakin tinggi pula kinerja perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disusun hipotesis keenam sebagai berikut:

H6 : Nilai tambah sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *human capital*, *innovation capital*, *process capital*, dan *customer capital* yang merupakan komponen-komponen yang menyusun *intellectual capital*. Keempat komponen-komponen tersebut diproksikan oleh nilai tambah sumberdaya manusia, kapasitas inovasi, proses operasi yang efisien, serta biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan.

3.1.1.1 Kapasitas Inovasi

Innovation capital mengacu pada hasil inovasi berupa hak kekayaan intelektual seperti hak paten dan lisensi. Kapasitas inovasi mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk baru untuk memenuhi permintaan pelanggan, mendesain proses operasi yang lebih efisien dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki perusahaan (Cheng *et al.*, 2010). Kapasitas inovasi dalam penelitian ini diukur berdasarkan teknologi dan produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan. Wang dan Chang (2005) dalam Zulmiati (2010) menggunakan pengeluaran penelitian dan pengembangan (R&D) yang dikeluarkan perusahaan untuk mengukur kemampuan inovasi perusahaan.

Dalam penelitian ini, variabel kapasitas inovasi terdiri dari empat indikator. Pertama, kepadatan R&D tahun berjalan, kepadatan tahun sebelumnya, intensitas R&D, serta laba per beban R&D. Keempat indikator tersebut mengacu pada penelitian Wang dan Chang (2005) dalam Zulmiati (2012)

Kepadatan penelitian dan pengembangan tahun ini (INV1)

$$= \frac{\text{Beban R\&D tahun sekarang}}{\text{Penjualan bersih tahun sekarang}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

Kepadatan penelitian dan pengembangan tahun lalu (INV2)

$$= \frac{\text{Beban R\&D tahun lalu}}{\text{Penjualan bersih tahun lalu}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

Intensitas penelitian dan pengembangan (INV3)

$$= \frac{\text{Beban R\&D sekarang}}{\text{Rata – rata total aset}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

Laba per beban penelitian dan pengembangsan (INV4)

$$\frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Beban penelitian dan pengembangan}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

3.1.1.2 Proses Operasi yang Efisien

Proses operasi berfokus pada prosedur internal yang menentukan sistem dan struktur perusahaan. Proses ini berfokus pada proses aktivitas bisnis utama yang menguntungkan perusahaan, investasi dalam R&D, waktu pesanan, serta proses administrasi ekonomi dan produktivitas proses operasi yang menjadi efisien ketika siklus proses tersebut menjadi lebih singkat sedangkan hasil yang diharapkan menjadi maksimal.

Pengukuran operasi yang efisien dapat menggunakan empat indikator, sebagaimana telah dilakukan oleh Cheng *et al.* (2010) dalam penelitiannya. Keempat indikator tersebut adalah perputaran aset lancar, perputaran aset tetap, serta perputaran total aset.

Perputaran persediaan (OPR1)

$$= \frac{\text{Harga pokok produksi}}{\text{Rata - rata persediaan}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

Perputaran piutang (OPR2)

$$= \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Rata - rata piutang}}$$

Sumber : Cheng *et al.*, (2010)

Perputaran Aset Tetap (OPR3)

$$= \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata – rata aset tetap}}$$

Sumber : Chen *et al.*, (2004) dalam Zulmiati (2012)

Perputaran Total Aset (OPR4)

$$= \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : Chu *et al.*, (2008) dalam Zulmiati (2012)

3.1.1.3 Pemeliharaan Hubungan dengan Pelanggan

Hubungan pelanggan yang terjaga merupakan salah satu komponen penghitungan *intellectual capital*, yakni pada *customer capital* dan *relational capital*. Cheng *et al.* (2010) mengklasifikasikan *customer capital* menjadi intensitas pemasaran dan kemampuan pemasaran, yang kemudian digunakan untuk mendeskripsikan hubungan perusahaan dengan para *stakeholder*.

Mengacu pada penelitian Wang dan Chang (2005) dalam Zulmiati (2012), hubungan pelanggan yang terjaga diukur dari empat indikator utama, yaitu tingkat pertumbuhan pendapatan, rasio biaya penjualan dan administratif umum terhadap total biaya dan rasio biaya penjualan dan administratif umum perusahaan terhadap pendapatan serta beban iklan.

Pertumbuhan pendapatan (CR1)

$$= \frac{\text{Selisih laba bersih tahun ini dan tahun lalu}}{\text{Laba bersih tahun lalu}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

Rasio beban penjualan administrasi umum terhadap biaya (CR2)

$$= \frac{\text{Beban penjualan dan administrasi umum}}{\text{Total biaya}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

Rasio beban penjualan administrasi umum terhadap pendapatan (CR3)

$$= \frac{\text{Beban penjualan dan administrasi umum}}{\text{Total pendapatan}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

3.1.1.4 Nilai Tambah Sumberdaya Manusia

Cheng *et al.* (2010) dalam penelitiannya mengukur *human capital* menggunakan konsep *output* sebagai proksi dari sumberdaya berbasis pengetahuan di laporan keuangan perusahaan. Cheng *et al.* (2010) juga mengungkapkan bahwa efisiensi manajer dan karyawan yang bersifat kuantitatif dapat mengindikasikan *human capital* sebagai produktivitas dan nilai tambah karyawan.

Pengukuran efisiensi dari nilai tambah sumberdaya manusia, penelitian ini menggunakan enam indikator yang diadopsi dari penelitian Cheng *et al.* (2010),

yaitu produktivitas karyawan, produktivitas per gaji rata-rata dirrektor, laba operasi per karyawan, laba operasi per gaji rata-rata direktur, nilai tambah per karyawan, serta nilai tambah per gaji rata- rata direktur.

Produktivitas karyawan (VAL1)

$$= \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Total pegawai}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

Produktivitas per gaji rata-rata (VAL2)

$$= \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Rata - rata gaji direktur}}$$

Sumber : Cheng *et al.*, (2010)

Laba operasi per karyawan (VAL3)

$$= \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Total pegawai}}$$

Sumber : Cheng *et al.*, (2010)

Laba operasi per gaji rata-rata direktur (VAL4)

$$= \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Rata - rata gaji direktur}}$$

Sumber : Cheng *et al.*, (2010)

Nilai tambah per karyawan (VAL5)

$$= \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Total pegawai}}$$

Sumber : Wang dan Chang (2005)

Nilai tambah per gaji rata-rata direktur (VAL6)

$$= \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Rata – rata gaji direktur}}$$

Sumber : Cheng *et al.*, (2010)

3.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan yang diproksikan dengan *Return on Asset (ROA)*, *Return of Equity (ROE)*, *Operating Income Ratio (OIR)*, dan *Price to Book ratio (PER)*. Proksi variabel ini didasarkan pada penghitungan yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti, yakni Bontis *et al.* (2000), Chen *et al.* (2005), serta Wang dan Chang (2005), yang kemudian diadopsi oleh Zulmiati (2012) pada penelitiannya.

Return on Assets (PER1)

$$= \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Rata – rata total aset}}$$

Sumber : Bontis *et al.*, (2000), Chen *et al.*, (2005)

Return on Equity (PER2)

$$= \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Rata - rata total modal}}$$

Sumber : Chen *et al.*, (2005)

Operating Income Ratio (PER3)

$$= \frac{\text{Laba operasi}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Sumber : Wang dan Chang(2005)

Price to Book Ratio (PER4)

$$= \frac{\text{Harga saham akhir tahun}}{\text{Harga per nilai buku}}$$

Sumber : Bontis *et al.*, (2000)

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang *listed* dan *go public* di Indonesia. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2012. Metode penentuan sample dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria:

- a. Perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI tahun 2008 – 2012
- b. Perusahaan manufaktur yang tidak *delisting* pada tahun 2008-2012
- c. Perusahaan manufaktur yang mempunyai beban penelitian dan pengembangan pada tahun 2008 - 2012

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data diperoleh dari financial report perusahaan yang terdaftar di BEI yang dimulai dari tahun 2008 sampai tahun 2012 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data sekunder yang dibutuhkan berupa *financial report* didapat dengan mengakses situs resmi www.idx.co.id

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian yaitu kapasitas inovasi, proses operasi yang efisien, biaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, nilai tambah sumber daya manusia, serta kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan tabel distribusi frekuensi yang menunjukkan kisaran teoritis, kisaran aktual, nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi (Ghozali, 2006).

3.5.2 Analisis Data

Pengujian hipotesis yang telah disusun dalam penelitian ini menggunakan analisis path (analisis jalur). Analisis path adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan (Ghozali, 2006).

Gambar 3.1
Diagram Path

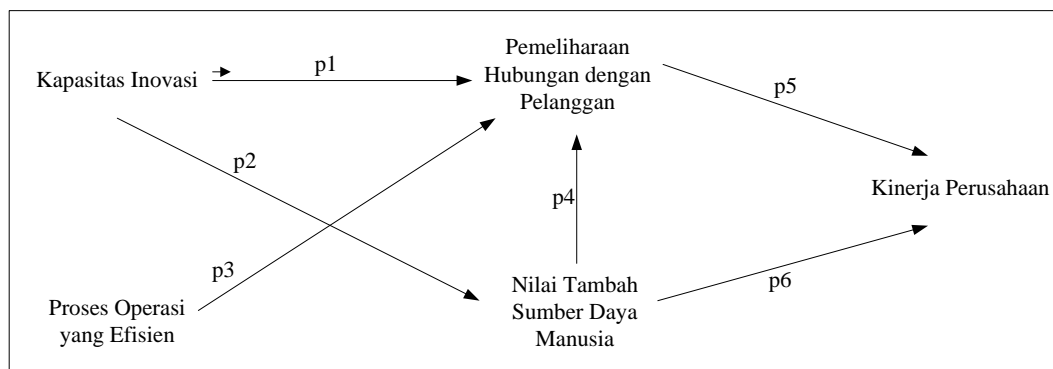
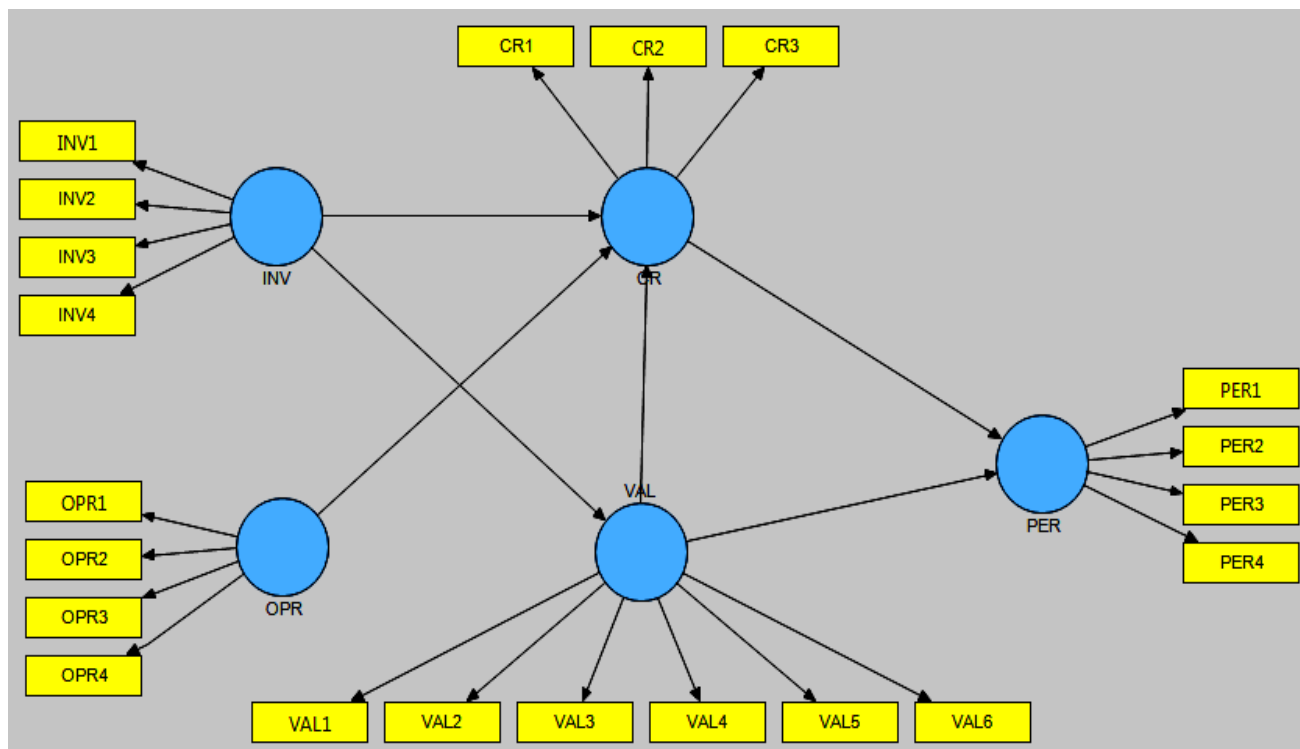


Diagram path di atas memberikan secara eksplisit hubungan kausalitas antar variabel yang ditunjukkan oleh anak panah. Setiap nilai p menggambarkan jalur dan koefisien path. Nilai koefisien path tersebut dihitung dengan menggunakan analisis regresi (Ghozali, 2006). Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) sebagai alat analisis. Kinerja perusahaan dan komponen-komponen *intellectual capital* diperlakukan sebagai variabel laten dengan masing-masing indikatornya.

PLS merupakan salah satu metode untuk melaksanakan model *Structural Equation Modelling* (SEM). Untuk tujuan penelitian ini metode ini lebih baik dibandingkan software SEM yang lain, misalnya AMOS dan LISREL. Model PLS ini digunakan pada saat dasar teori perancangan model lemah dan indikator pengukuran tidak memenuhi model pengukuran yang ideal. PLS dapat digunakan dengan jumlah sampel yang tidak besar dan dapat diterapkan pada semua skala data (Ghozali,2008).

Gambar 3.2 di bawah ini menyajikan model konseptual penelitian dengan PLS sebagai berikut:

Gambar 3.2
Model Konseptual Penelitian dengan PLS



Model analisis jalur semua variabel laten dalam PLS terdiri dari 2 model, yaitu inner model dan outer model.

3.5.2.1 Inner Model

Inner model (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-GeisserQ-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variable laten dependen yang intepretasinya sama dengan regresi.

Disamping melihat nilai *R-square*, model PLS juga di uji dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model juga estimasi parameternya.

3.5.2.2 *Outer Model*

Pengujian *outer model* dengan menggunakan tiga pengujian, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity* serta realibilitas konstruk. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk.

Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reabilitas *component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reability*.

Composite reability yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2006).