

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Resource Based Theory*

Resource Based Theory (RBT) merupakan salah satu teori yang diterima secara luas di bidang manajemen stratejik (Newbert, 2007). RBT kali pertama disampaikan oleh Wernerfelt (1984) dalam artikel pionernya berjudul “*A Resource-based view of the firm*” yang menggabungkan ide ‘*distinctive competencies*’ nya Selznick (1957) dan karya Penrose (1959) tentang ‘*definition of the firm as a system of productive resources*’ (Nothnagel, 2008). Namun teori yang paling berpengaruh dalam hal ini dialamatkan kepada artikel Barney (1991) berjudul ‘*Firm Resource and Sustained Competitive Advantage*’ yang dipublikasikan di *Journal of Management* (Ulum, 2017: 22).

Edith Penrose adalah salah satu ahli pertama yang mengakui pentingnya sumber daya untuk daya saing perusahaan. Pada tahun 1959 dia menyatakan dalam Ulum (2017: 22) :

“...*A firm’s growth, both internally and then externally through merger, acquisition, and diversification, is due to the manner in which its resource are employed.... these resource may only contribute to a firm’s competitive position to the extent that they are exploited in such a manner that their potentially valuable services are made available to the firm*” (Penrose, 2009).

Menurut Ulum (2017: 23) mengenai *Resource Based Theory* bahwa:

“RBT menyatakan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan bersaing dan mampu mengarahkan perusahaan untuk memiliki kinerja jangka panjang yang baik. *Resources* yang berharga dan langka dapat diarahkan untuk menciptakan keunggulan bersaing, sehingga *resources* yang dimiliki mampu bertahan lama dan tidak mudah ditiru, ditransfer atau digantikan.”

Menurut Kusuma dan Mahmud (2015), *Resource based theory* adalah sebagai berikut :

“Teori yang menjelaskan tentang kinerja perusahaan akan optimal jika perusahaan memiliki keunggulan kompetitif sehingga dapat menghasilkan nilai bagi perusahaan. Keunggulan kompetitif adalah sesuatu yang melekat pada perusahaan dan sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain. Keunggulan kompetitif didapatkan dengan memanfaatkan dan mengelola sumber daya yang dimilikinya dengan baik.”

Solikhah et., al (2010) menyatakan bahwa *Resource Based Theory* sebagai berikut:

“*Resource Based Theory* adalah suatu pemikiran yang berkembang dalam teori manajemen stratejik dan keunggulan kompetitif perusahaan yang meyakini bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila memiliki sumber daya yang unggul.”

Berdasarkan pengertian di atas *Resource Based Theory* sangat tepat untuk menjelaskan penelitian tentang *intellectual capital*, terutama dalam konteks hubungan antara kinerja *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan. Perusahaan tidak dapat berharap untuk membeli atau mengambil keunggulan kompetitif berkelanjutan yang dimiliki suatu organisasi lain, karena keunggulan tersebut merupakan sumber daya yang langka, sukar ditiru, dan tidak tergantikan.

2.1.2 Stakeholder Theory

Teori *Stakeholder* digunakan untuk menjelaskan bagaimana memelihara hubungan *stakeholder* yang mencakup semua bentuk hubungan antara perusahaan dengan seluruh *stakeholder*, perusahaan yang anggota utamanya adalah *customers*, pekerja, masyarakat, pemasok, dan *shareholder* (Hadiwijaya, 2013).

Menurut Deegan (2004) dalam Efandiana (2010) *Stakeholder theory* adalah:

“Teori yang menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Para *stakeholder* juga dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan.”

Menurut Ghazali dan Chariri (2007) dalam Devi, et. al (2017):

“*Stakeholder Theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah, dan pihak lain seperti masyarakat yang merupakan bagian dari lingkungan sosial).”

Dalam konteks untuk menjelaskan tentang konsep IC, teori *stakeholder* harus dipandang dari kedua bidangnya, baik bidang etika (moral) maupun bidang manajerial. Bidang etika berargumen bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan adil oleh organisasi, dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder* (Deegan, 2004) dalam Ulum (2017: 36). Ketika manajer mampu mengelola organisasi secara maksimal, khususnya dalam upaya penciptaan nilai bagi perusahaan, maka itu artinya manajer telah memenuhi aspek etika teori ini. Penciptaan nilai (*value creation*) dalam konteks ini adalah dengan memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki perusahaan, baik karyawan

(*human capital*), aset fisik (*physical capital*), maupun *structural capital*. Pengelolaan yang baik atas seluruh potensi ini akan menciptakan *value added* bagi perusahaan yang kemudian dapat mendorong kinerja keuangan perusahaan untuk kepentingan *stakeholder* (Ulum, 2017: 36).

2.1.3 Knowledge Based Theory

Pandangan berbasis pengetahuan perusahaan/ *knowledge based view* (KBV) adalah ekstensi baru dari pandangan berbasis sumber daya perusahaan/ *resources based view* (RBV) dari perusahaan dan memberikan teoritis yang kuat dalam mendukung *intellectual capital*. KBV berasal dari RBT dan menunjukkan bahwa pengetahuan dalam berbagai bentuknya adalah kepentingan sumber daya (Grant, 1996) dalam Fariana (2014).

Menurut (Nelson dan Winter 1982 dan Fleming 2001) dalam Fariana (2014) menyatakan bahwa:

“Pendekatan KBV / *Knowledge Based Theory* membentuk dasar untuk membangun keterlibatan modal manusia dalam kegiatan rutin perusahaan. Hal ini dicapai melalui peningkatan keterlibatan karyawan dalam perumusan tujuan operasional dan jangka panjang perusahaan. Dalam pandangan berbasis pengetahuan, perusahaan mengembangkan pengetahuan baru yang penting untuk keuntungan kompetitif dari kombinasi unik yang ada pada pengetahuan.”

Menurut Pratama (2015) dalam Devi et., al (2017) menyatakan bahwa:

“*Knowledge Based Theory* berpandangan bahwa pengetahuan merupakan salah satu aset yang sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset berupa pengetahuan apabila dikelola dengan benar akan mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Apabila kinerja keuangan perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga meningkat.”

Bergesernya karakteristik perusahaan menjadi *Knowledge Based* maka perusahaan diharapkan mampu mengelola dan memanfaatkan *intellectual capital* dengan baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan ini akan memacu adanya nilai tambah perusahaan dalam bersaing dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Devi et. al., 2017). Dalam era persaingan yang ada saat ini, perusahaan sering bersaing dengan mengembangkan pengetahuan baru yang lebih cepat daripada pesaing mereka. Dari penjelasan tersebut, menurut RBT dan KBV, *intellectual capital* memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya yang unik untuk menciptakan *value added*. *Value added* ini berupa adanya kinerja yang semakin baik di perusahaan (Subrata, 2014).

2.1.4 Laporan Keuangan

2.1.4.1 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan pada dasarnya merupakan hasil replikasi dari sekian banyak transaksi uang yang terjadi dalam suatu perusahaan. Transaksi-transaksi dan peristiwa yang bersifat *financial* dicatat, digolongkan, dan diringkas dengan cara yang tepat dalam satuan uang dan kemudian diadakan penafsiran untuk berbagai tujuan (Prayudah, 2015).

Menurut Kasmir (2016:7) laporan keuangan adalah sebagai berikut :

“Laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu”.

Sedangkan menurut Fahmi (2012:21) laporan keuangan adalah sebagai berikut :

“Suatu informasi yang menggambarkan kondisi laporan keuangan suatu perusahaan dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut”

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 1 Ikatan Akuntan Indonesia (Revisi 2009) mengatakan bahwa:

“Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas, yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi.”

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan merupakan ringkasan proses akuntansi yang meliputi transaksi keuangan perusahaan yang terjadi selama periode tertentu yang diolah sesuai standar akuntansi yang berlaku yang hasilnya (laporan keuangan) dapat menggambarkan kondisi keuangan perusahaan dan dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan.

2.1.4.2 Unsur-unsur Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang lengkap menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 1 (Revisi 2009) terdiri dari komponen-komponen berikut ini:

“(1) laporan posisi keuangan pada akhir periode; (2) laporan laba rugi komprehensif selama periode; (3) laporan perubahan ekuitas selama periode; (4) laporan arus kas selama periode; (5) catatan atas laporan keuangan; dan (6) laporan posisi keuangan pada awal periode komparatif.”

Laporan keuangan pada umumnya disusun dan dilaporkan berupa unsur - unsur sebagai berikut (Kartihadi dkk, 2012: 118):

1. Laporan Posisi Keuangan/Neraca (*Statement of Financial Position*)
Laporan Posisi Keuangan atau Neraca adalah suatu daftar yang menunjukkan posisi keuangan, yaitu komposisi dan jumlah aset, liabilitas, dan ekuitas dari suatu entitas tertentu pada suatu tanggal tertentu.
2. Laporan Laba Rugi Komprehensif (*Statement of Comprehensive Income*)
PSAK 1 memperkenalkan laporan laba rugi komprehensif yaitu laporan yang memberikan informasi mengenai kinerja entitas yang menimbulkan perubahan pada jumlah ekuitas entitas yang bukan berasal dari transaksi dengan pemilik dalam kapasitasnya sebagai pemilik, misalnya setoran modal atau pembagian dividen. Laba rugi komprehensif terdiri atas:
 - a. Laba Rugi, memberikan informasi mengenai pendapatan, beban, dan laba rugi suatu entitas selama suatu periode tertentu. Laporan ini memberikan informasi mengenai hasil bersih ekuitas, sama dengan jumlah laba bersih yang dilaporkan dalam Laporan Laba Rugi yang selama ini dikenal.
 - b. Pendapatan Komprehensif Lain, biasa disebut *Other Comprehensive Income* (OCI) berisi pos-pos pendapatan dan beban yang tidak diakui dalam laba rugi.
3. Laporan Perubahan Ekuitas (*Statement of Changes in Equity*)
Laporan ini disusun dengan melakukan analisis atas kelompok akun ekuitas, antara lain keputusan Rapat Umum Pemegang Saham tentang pembayaran dividen, koreksi laba rugi tahun lalu, perubahan struktur modal, dan perubahan pada komponen ekuitas lainnya, seperti pendapatan komprehensif lain.
4. Laporan Arus Kas (*Statement of Cash Flow*)
Penyusunan laporan arus kas dapat dilakukan berdasarkan metode langsung atau metode tak langsung. Metode langsung disusun berdasarkan jurnal penerimaan kas dan bank, serta data pendukung lainnya. Sedangkan metode tak langsung menyusun laporan arus kas dengan membandingkan neraca awal dan neraca akhir, laporan laba rugi, serta data pendukung lainnya.
5. Catatan atas Laporan Keuangan
Peran catatan atas laporan keuangan telah berkembang menjadi sangat penting. Hal tersebut disebabkan karena beberapa hal yang saling terkait, yaitu:
 - a. Tidak semua informasi keuangan yang relevan dapat tersaji secara memuaskan dan lengkap di laporan posisi keuangan, laporan laba rugi komprehensif, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas.
 - b. Terdapat unsur yang belum memenuhi kriteria untuk dapat diakui dan dilaporkan dalam laporan posisi keuangan yang terikat pada satu

- tanggal, atau laporan laba rugi komprehensif yang disusun untuk batasan suatu periode tertentu, padahal unsur tersebut sebenarnya sangat relevan untuk diketahui bagi pengambil keputusan.
- c. Dalam era globalisasi, tuntutan dan kebutuhan informasi para *stakeholders* makin meningkat.
6. Laporan posisi keuangan ada awal periode komparatif yang disajikan; ketika entitas menerapkan suatu kebijakan akuntansi secara *retrospektif* atau membuat penyajian kembali pos-pos laporan keuangan, atau ketika entitas mengklasifikasi pos-pos dalam laporan keuangannya.

2.1.4.3 Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam membuat keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga merupakan wujud pertanggung jawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka dalam mengelola suatu entitas (Kartikahadi dkk, 2012: 118)

Kasmir (2016:11) menyatakan bahwa tujuan pembuatan atau penyusunan laporan keuangan adalah:

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki oleh perusahaan pada saat ini
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki oleh perusahaan pada saat ini
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva dan modal perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
7. Memberikan informasi tentang catatan – catatan atas laporan keuangan
8. Informasi keuangan lainnya.

Tujuan dari penyusunan laporan keuangan menurut Darsono dan Ashari

(2005:12) adalah menyajikan informasi yang menyangkut:

1. Posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu, yaitu keadaan pada tanggal tertentu mengenai kekayaan dan sumber kekayaan perusahaan.
2. Kinerja perusahaan selama periode tertentu, yaitu besarnya aktivitas dan biaya untuk menjalankan aktivitas serta hasil (laba/rugi) dari aktivitas selama periode tertentu, misalnya bulanan atau tahunan. Bahkan dengan analisis yang lebih tajam, dapat dilihat kemungkinan ketidakefisienan dan permasalahan dalam fungsi tertentu.
3. Perubahan posisi keuangan selama periode tertentu, yaitu perubahan kekayaan dan sumber kekayaan selama periode tertentu, misalnya bulanan atau tahunan.
4. Perputaran kas selama periode tertentu, yaitu menyangkut aliran kas masuk dan keluar perusahaan selama periode tertentu.

Fahmi (2012:26) menyatakan bahwa tujuan laporan adalah untuk memberikan informasi kepada pihak yang membutuhkan tentang kondisi suatu perusahaan dari sudut angka-angka dalam satuan moneter.

2.1.4.4 Manfaat Laporan Keuangan

Berdasarkan konsep keuangan sangat diperlukan untuk mengukur hasil usaha dan perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu dan untuk mengetahui sudah sejauh mana perusahaan mencapai tujuannya. Bahwa laporan keuangan pada dasarnya merupakan hasil proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Sehingga laporan keuangan memegang peranan yang luas dan mempunyai suatu posisi yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan (Fahmi, 2013: 4).

2.1.4.5 Pengguna Laporan Keuangan

Pengguna laporan keuangan dan kebutuhan informasi keuangan dapat dikelompokkan sebagai berikut (Darsono dan Ashari, 2005: 11):

1. Investor atau pemilik, pemilik perusahaan menanggung risiko atas harta yang ditempatkan pada perusahaan. Pemilik membutuhkan informasi untuk menilai apakah perusahaan memiliki kemampuan membayar dividen. Di samping itu untuk menilai apakah investasinya akan tetap dipertahankan atau dijual. Bagi calon pemilik, laporan keuangan dapat memberikan informasi mengenai kemungkinan penempatan investasi dalam perusahaan.
2. Pemberi pinjaman (kreditor), Pemberi pinjaman membutuhkan informasi keuangan guna memutuskan memberikan pinjaman dan kemampuan membayar angsuran pokok dan bunga pada saat jatuh tempo. Jadi, kepentingan kreditor terhadap perusahaan adalah apakah perusahaan mampu membayar hutangnya kembali atau tidak.
3. Pemasok atau kreditor usaha lainnya, Pemasok memerlukan informasi keuangan untuk menentukan besarnya penjualan kredit yang diberikan kepada perusahaan pembeli dan kemampuan membayar pada saat jatuh tempo.
4. Pelanggan, Dalam beberapa situasi, pelanggan sering membuat kontrak jangka panjang dengan perusahaan, sehingga perlu informasi mengenai kesehatan keuangan perusahaan yang akan melakukan kerja sama.
5. Karyawan, Karyawan memerlukan informasi keuangan guna menilai kemampuan perusahaan untuk mendatangkan laba dan stabilitas usahanya. Dalam hal ini, karyawan membutuhkan informasi untuk menilai kelangsungan hidup perusahaan sebagai tempat menggantungkan hidupnya.
6. Pemerintah, Informasi keuangan bagi pemerintah digunakan untuk menentukan kebijakan dalam bidang ekonomi, misalnya alokasi sumber daya, UMR, pajak, pungutan, serta bantuan.
7. Masyarakat, laporan keuangan digunakan untuk bahan ajar, analisis, serta informasi *trend* dan kemakmuran.

Pengguna laporan keuangan menurut Dwi Prastowo dan Rifka Juliaty (2005: 3) adalah sebagai berikut :

1. Investor
Para investor (dan penasihatnya) berkepentingan terhadap risiko yang melekat dan hasil pengembangan dari investasi yang dilakukannya. Investor ini membutuhkan informasi untuk membantu menentukan apakah harus membeli, menahan atau menjual investasi tersebut. Selain itu, mereka juga

tertarik pada informasi yang memungkinkan mereka melakukan penilaian terhadap kemampuan perusahaan dalam membayar dividen.

2. Kreditor

Para kreditor tertarik dengan informasi keuangan yang memungkinkan mereka untuk memutuskan apakah pinjaman serta bunganya dapat dibayar pada saat jatuh tempo.

3. Pemasok dan kreditor usaha lainnya

Pemasok dan kreditor usaha lainnya tertarik dengan informasi yang memungkinkan mereka untuk memutuskan apakah jumlah yang terutang akan dibayar pada saat jatuh tempo. Kreditor usaha berkepentingan pada perusahaan dalam tenggang waktu yang lebih pendek dibanding kreditor.

4. *Shareholders* (para pemegang saham)

Para pemegang saham berkepentingan dengan informasi mengenai kemajuan perusahaan., pembagian keuntungan yang akan diperoleh, dan penambahan modal untuk *business plan* selanjutnya.

5. Pelanggan

Para pelanggan berkepentingan dengan informasi mengenai kelangsungan hidup perusahaan, terutama kalau mereka terlibat dalam perjanjian jangka panjang dengan atau bergantung pada perusahaan.

6. Pemerintah

Pemerintah dan berbagai lembaga yang berada di bawah kekuasaannya berkepentingan dengan alokasi sumber daya dan berkepentingan dengan aktivitas perusahaan. Selain itu, mereka juga membutuhkan informasi untuk mengatur aktivitas perusahaan. Selain itu, menetapkan kebijakan pajak dan sebagai dasar untuk menyusun statistik pendapatan nasional dan statistik lainnya.

7. Karyawan

Karyawan dan kelompok-kelompok yang mewakilinya tertarik pada informasi mengenai stabilitas dan profitabilitas perusahaan. Mereka juga tertarik pada informasi yang memungkinkan mereka melakukan penilaian atas kemampuan perusahaan dalam memberikan balas jasa, manfaat pensiun dan kesempatan kerja.

8. Masyarakat

Perusahaan mempengaruhi anggota masyarakat dalam berbagai cara, seperti pemberian kontribusi para perekonomian nasional, termasuk jumlah orang yang dipekerjakan dan perlindungan kepada para penanam modal domestik. Laporan keuangan dapat membantu masyarakat dengan menyediakan informasi kecenderungan (*trend*) dan perkembangan terakhir kemakmuran perusahaan serta rangkaian aktivitasnya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan berguna bukan saja bagi perusahaan tetapi juga bagi pihak yang berada di luar perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan sebuah keputusan. Informasi yang disajikan dalam laporan keuangan bersifat umum, sehingga tidak sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan informasi setiap pemakai. Berhubung para investor merupakan penanam modal berisiko, maka ketentuan laporan keuangan yang memenuhi kebutuhan mereka, juga akan memenuhi sebagian besar kebutuhan pemakai lain.

2.1.4.6 Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan melibatkan penggunaan laporan keuangan, terutama neraca dan laporan laba rugi karena laporan keuangan menyajikan informasi mengenai suatu perusahaan. Informasi kinerja terutama disediakan dalam laporan laba rugi. Analisis laporan keuangan (*financial statement analysis*) adalah aplikasi dari alat dan teknik analitis untuk laporan keuangan bertujuan umum dan data-data yang berkaitan untuk menghasilkan estimasi dan kesimpulan yang bermanfaat dalam analisis bisnis (Wild, 2005:3) dalam (Prayudah 2015) .

Pengertian analisis laporan keuangan menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (2015:1) adalah:

“Suatu pengajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Tujuannya memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan investasi.”

Sedangkan menurut Subramanyam et al. (2012:3) analisis laporan keuangan adalah sebagai berikut:

“Analisis laporan keuangan merupakan analisis dari alat dan teknik analitis untuk laporan keuangan bertujuan umum dan data-data yang berkaitan untuk menghasilkan estimasi dan kesimpulan yang bermanfaat dalam analisis bisnis.”

Menurut Syamsuddin (2011:37), “analisa laporan keuangan perusahaan pada dasarnya merupakan penghitungan rasio-rasio untuk menilai keadaan keuangan perusahaan di masa lalu, saat ini, dan kemungkinannya di masa depan”.

Jadi analisis laporan keuangan adalah penelaahan dari unsur-unsur laporan keuangan yang akan diubah menjadi unit informasi yang lebih kecil sehingga dapat diketahui kondisi keuangan, prospek dari usaha serta efektifitas manajemennya. Informasi tersebut sangat berguna bagi pihak manajemen untuk mengambil keputusan yang tepat bagi kelangsungan hidup perusahaan.

2.1.5 Intellectual Capital

2.1.5.1 Perkembangan Intellectual Capital

Ketertarikan akan IC bermula ketika Tom Stewart, pada Juni 1991, menulis sebuah artikel (*“Brain Power – How Intellectual Capital is Becoming America’s Most Valuable Assets”*), yang mengantar IC kepada agenda manajemen (Ulum, 2017: 74). Tabel 2.1 meringkas kronologi beberapa kontribusi signifikan terhadap pengidentifikasian, pengukuran dan pelaporan IC.

Tabel 2.1
Kronologi Kontribusi yang Signifikan terhadap
Pengidentifikasian, Pengukuran dan Pelaporan IC

PERIODE	PERKEMBANGAN
Awal 1980-an	Muncul pemahaman umum tentang <i>intangibile value</i> (biasanya disebut “ <i>goodwill</i> ”)
Pertengahan 1980-an	Era informasi (<i>information age</i>) memegang peranan, dan selisih (gap) antara nilai buku dan nilai pasar semakin tampak jelas di beberapa perusahaan
Akhir 1980-an	Awal usaha para konsultan (praktisi) untuk membangun laporan/akun yang mengukur <i>intellectual capital</i> (Sveiby, 1998)
Awal 1990-an	<p>Prakarsa secara sistematis untuk mengukur dan melaporkan persediaan perusahaan atas <i>intellectual capital</i> kepada pihak eksternal (misalnya: Celemi dan Skandia; SCSl, 1995)</p> <p>Pada tahun 1990, Skandia AFS menugaskan Leif Edvinsson sebagai “Direktur <i>Intellectual Capital</i>”. Hal ini adalah untuk kali pertama bahwa tugas pengelolaan <i>intellectual capital</i> diangkat pada posisi formal dan mendapatkan legitimasi perusahaan. Kaplan dan Norton memperkenalkan konsep tentang <i>Balanced scorecard</i> (1992).</p>
Pertengahan 1990-an	<p>Nonaka dan Takeuchi (1995) mempresentasikan karya yang sangat berpengaruh terhadap “penciptaan pengetahuan perusahaan”. Meskipun buku ini berkonsentrasi pada ‘<i>knowledge</i>’, perbedaan antara pengetahuan dan <i>intellectual capital</i> dalam buku ini cukup menunjukkan bahwa mereka fokus pada <i>intellectual capital</i>.</p> <p>Pada tahun 1994, suplemen laporan tahunan Skandia dihasilkan. Suplemen ini fokus pada penyajian dan penilaian persediaan perusahaan atas <i>intellectual capital</i>. Visualisasi IC menarik minat perusahaan lain untuk mengikuti petunjuk Skandia.</p> <p>Sensasi lainnya terjadi pada tahun 1995 ketika Celemi menggunakan <i>knowledge</i> audit untuk menawarkan suatu taksiran detail atas pernyataan <i>intellectual capitalnya</i>.</p> <p>Para pioner <i>intellectual capital</i> mempublikasikan buku-buku laris dengan topik IC (Kaplan dan Norton, 1996; Edvinsson dan Malone, 1997; Sveiby, 1997). Karaya Edvinsson dan Malone lebih banyak mengupas tentang proses dan ‘bagaimana’ pengukuran IC</p>

Akhir 1990-an	<p><i>Intellectual capital</i> menjadi topik populer dengan konferensi para peneliti dan akademisi, <i>working paper</i>, dan publikasi lainnya menemukan audien.</p> <p>Peningkatan jumlah proyek-proyek besar (misalnya <i>the MERITUM project</i>; Danish; Stockholm) yang diselenggarakan dengan tujuan, antara lain, untuk memperkenalkan beberapa penelitian tentang <i>intellectual capital</i>.</p> <p>Pada tahun 1999, OECD menyelenggarakan simposium internasional tentang <i>intellectual capital</i> di Amsterdam.</p>
---------------	---

Sumber: Petty dan Guthrie (2000) dalam Ulum (2017: 75)

2.1.5.2 Pengertian *Intellectual Capital*

Intellectual Capital (IC) merupakan aset yang tidak terlihat dan merupakan gabungan dari faktor manusia, proses dan pelanggan yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Wijayani, 2017). *Intellectual capital* tidak hanya menyangkut pengetahuan dan keterampilan dari para karyawan, melainkan juga termasuk infrastruktur perusahaan, relasi dengan pelanggan, sistem informasi, teknologi, kemampuan berinovasi, dan berkreasi Sawarjuwono dan Kadir (2003) dalam (Susanti, 2016).

Stewart (1997) dalam Ulum (2017: 79) mendefinisikan:

“IC sebagai jumlah dari segala sesuatu yang ada di perusahaan yang dapat membantu perusahaan untuk berkompetisi di pasar, meliputi *intellectual - material* – pengetahuan, informasi, pengalaman, dan *intellectual-property* yang dapat digunakan untuk menciptakan kesejahteraan.”

Brooking (1996) dalam Ulum (2017: 79) menyatakan bahwa:

“IC adalah istilah yang diberikan kepada kombinasi dari aset tak berwujud, properti intelektual, karyawan, dan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan untuk dapat berfungsi. Dalam definisi ini jelas tersirat bahwa IC tidak hanya sekedar tentang sumber daya manusia (*human capital/HC*), HC hanyalah salah satu komponen dari IC.”

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Intellectual Capital* merupakan aset yang tidak berwujud yang berupa pengetahuan, pengalaman karyawan, relasi, inovasi, sistem informasi, dan budaya organisasi perusahaan yang dapat menjadi nilai tambah dan keunggulan perusahaan untuk bersaing.

Istilah-istilah yang berbeda digunakan untuk merujuk kepada objek yang sama yaitu *intangible assets*. Misalnya, *invisible assets* (Itami, 1991), *intellectual capital* (Brooking, 1997; Stewart, 1997), *immaterial values* (Sveiby, 1997), dan *intangibles* (Gu dan Lev, 2001). Choong (2008) menyajikan definisi dari sejumlah istilah yang merujuk pada IC sebagaimana ditampilkan pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2
Penggunaan Istilah dan Definisi dari IC

Penulis	Istilah	Definisi
Itami (1991)	<i>Invisible Assets</i>	<i>“intangible assets are invisible assets that include a wide range of activities such as technology, consumer trust, brand image, corporate culture, and management skills”</i>
Hall (1992)	<i>Intangible Assets</i>	<i>“intangible assets are value drivers that transform productive resources into value added assets”</i>
Smith (1994)	<i>Intellectual Property</i>	<i>“intangible assets are all the elements of a business enterprise that exist in addition to working capital and tangible assets, that make the business work and are often the primary contributors to the earning power of the enterprise. Their existence is dependent on the presence, or expectation, of earnings”</i>
Brooking (1997)	<i>Intellectual Capital</i>	<i>IC as “market assets, human-centered assets, intellectual property assets, and infrastructure assets”</i>
Edvinsson dan Malone (1997)	<i>Int. Capital & intangible assets</i>	<i>“intangible assets are those that have no physical existence but are still of value to the company”</i>

Dilanjutkan di halaman 47

Sveiby (1997)	<i>Immaterial values</i>	<i>IC has 3 dimensions (employee competence, internal structure and external structure)</i>
Nahapiet dan Goshal (1998)	<i>Intellectual capital</i>	<i>IAs as “knowledge and knowing capability of a social collectivity, such as an organization, intellectual community or professional practice”</i>
Stewart (1998)	<i>Intellectual capital</i>	<i>IC is intellectual material – knowledge information, intellectual property, experience</i> - <i>That can be put to use to create wealth</i> - <i>Collective brainpower</i>
Granstrand (1999)	<i>Intellectual property</i>	<i>“IP is property directly related to the creativity, knowledge and the identity of an individual”</i>
Brennan & Connel (2000)	<i>Intellectual capital</i>	<i>“knowledge-based equity of a company”</i>
Harrison & Sullivan (2000)	<i>Intellectual capital</i>	<i>“knowledge that can be converted into profit”</i>
Heisig dkk (2001)	<i>Intellectual capital</i>	<i>“IC is valuable, yet invisible”</i>
Lev (2001)	<i>Intangibles</i>	<i>“An intangible asset is a claim to future benefit that does not have a physical or financial (a stock or a bond) embodiment”</i> <i>“assets exclude financial assets” IA cannot stand alone</i>
Gu dan Lev (2001)	<i>Intangibles</i>	<i>“Intangible are defined by their value drivers (RD, advertising, IT, capital expenditures, and human resources practices)</i>
FASB NN (2001)	<i>Intangible assets</i>	<i>“intangible assets are non current, non financial claims to future benefits that lacks a physical or financial term”</i>
Petty dan Guthrie (2000)	<i>Intellectual capital</i>	<i>IC are indicative of the economic value of two categories (organization and human capital) of IA of a company</i>
Pablos (2003)	<i>Intellectual capital</i>	<i>“A broad definition of intellectual capital states that it is the difference between the company’s marke value and its book value. Knowledge based resources that contribute to the</i>

		<i>sustained competitive advantage of the firm from intellectual capital”</i>
Rastogi (2003)	<i>Intellectual capital</i>	<i>“IC may properly be viewed as the holistic or meta-level capability of an enterprise to co-ordinate, orchestrate, and deploy its knowledge resources towards creating value in pursuit of its future vision”</i>
Mouritsen dkk. (2004)	<i>Intellectual capital</i>	<i>IC mobilises ‘things’ such as employees, customers, IT, managerial work and knowledge. IC cannot stand by itself as it is merely provides a mechanism that allows the various assets to be bonded together in the productive process of the firm</i>
IASB (2004)	<i>Intangible assets</i>	<i>An identifiable IA as a “non-monetary asset without physical substance held for use in the production or supply of goods or services, for rental to others, or for administrative purposes</i>

Sumber: Choong (2008) dalam Ulum (2017: 77)

2.1.5.3 Komponen & Klasifikasi *Intellectual Capital*

Definisi-definisi tentang *Intellectual Capital* sebagaimana disajikan di bagian sebelumnya telah mengarahkan beberapa peneliti untuk mengembangkan komponen spesifik atas IC. Leif Edvinsson misalnya, menyatakan bahwa nilai IC suatu perusahaan adalah jumlah dari *human capital* dan *structural capital* perusahaan tersebut (Edvinsson dan Malone, 1997). Brinker (1998) dan Skyme Associates (2006) memperluas kategori yang telah diidentifikasi oleh Edvinsson memasukkan kategori ketiga, yaitu *customer capital*. Lev (2001) menyatakan bahwa IC fungsi dari empat tipe aset, yaitu: (1) *market assets*, (2) *intellectual property assets*, (3) *human-centered assets*, dan (4) *infrastructure assets* (Ulum, 2017:83).

Lebih lanjut, Draper (1998) menyajikan suatu skema klasifikasi yang lebih luas. Draper menyatakan bahwa komponen utama dari *intellectual capital* terdiri dari enam (6) kategori, yaitu: (1) *human capital*, (2) *structural capital*, (3) *customer capital*, (4) *organizational capital* (5) *innovation capital*, dan (6) *process capital*. Tabel 2.3 akan menyajikan ringkasan pengklasifikasian komponen-komponen IC berikut para pencetusnya yang dirangkum oleh Williams (2001) dalam Ulum (2017: 83).

Tabel 2.3
Ringkasan Komponen *Intellectual Capital*
Sumber: Williams (2001) dalam Ulum (2017: 84)

Peneliti	Komponen IC	Deskripsi Komponen IC	Contoh Komponen IC
Edvinsson (1997)	<i>Human Capital</i>	Kombinasi pengetahuan, keterampilan, inovasi dan kemampuan karyawan secara individual untuk dapat menyelesaikan tugas-tugasnya dengan baik.	<ul style="list-style-type: none"> - Nilai-nilai perusahaan - Filosofi perusahaan - Budaya organisasi
	<i>Structural Capital</i>	Infrastruktur perusahaan yang mendukung produktivitas karyawan.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Software</i> - <i>Databases</i> - <i>Patents</i> - <i>Trademarks</i>
Brinker (1997)	<i>Structural Capital</i>	Infrastruktur mendukung komponen <i>human capital</i> dari <i>intellectual capital</i> .	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem teknologi informasi - <i>Image</i> perusahaan - Konsep organisasi dan dokumentasi.
	<i>Human Capital</i>	Kemampuan karyawan untuk memberikan solusi kepada pelanggan, untuk berinovasi dan pembaruan.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tacit knowledge</i> - <i>Explicit Knowledge</i> - Program pelatihan - Rekrutmen

Dilanjutkan di halaman 50

	<i>Customer Capital</i>	Hubungan dengan orang-orang yang bersama mereka perusahaan melakukan bisnis.	<ul style="list-style-type: none"> - Kontrak jangka panjang - Kepuasan pelanggan - Profil pelanggan - Pembaruan kontak
Brooking (1996)	<i>Market Assets</i>	Potensi suatu organisasi terkait dengan <i>market-related intangibles</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Persentase pengulangan bisnis - Nilai yang terkait dengan <i>goodwill</i> - Dominan dari strategi pemasaran
	<i>Intellectual Property Assets</i>	<i>Know-how, copyright, patent, semiconductor topography rights,</i> dan berbagai desain hak cipta milik perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Reputasi dari pengembangan properti intelektual - Distribusi dari properti intelektual yang dimiliki - Total investasi properti intelektual - Pembaruan/revisi properti intelektual -
	<i>Human-Centered Assets</i>	Keahlian kolektif, kemampuan kreatif, kepemimpinan, kewirausahaan dan <i>skill</i> manajerial yang melekat pada karyawan.	<ul style="list-style-type: none"> - Distribusi karyawan berdasarkan kelamin, umur, & senioritas - Investasi pada pendidikan karyawan - Perputaran karyawan
	<i>Infrastrucure Assets</i>	Teknologi, metodologi, dan proses yang memungkinkan perusahaan dapat berfungsi.	<ul style="list-style-type: none"> - Metodologi untuk mengendalikan risiko - <i>Database</i> tentang pasar & pelanggan - Sistem komunikasi
Drapper (1998)	<i>Structural Capital</i>	Nilai dari sesuatu yang tertinggal di perusahaan ketika para karyawan kembali ke rumah mereka.	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem informasi - Daftar pelanggan - Dokumentasi operasional
	<i>Human Capital</i>	Nilai akumulatif dari investasi pada pelatihan karyawan, kompetensi, dan masa depan.	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan karyawan - Investasi pada pendidikan karyawan - Perputaran karyawan & senioritas

	<i>Customer Capital</i>	Nilai dari basis pelanggan, hubungan pelanggan, dan potensi pelanggan.	- Pembaruan kontak pelanggan - Kepuasan pelanggan - Figur pelanggan baru
	<i>Organizational Capital</i>	Kompetensi yang dikemas sistem untuk menggabungkan pemanfaatan kekuatan inovatif perusahaan dan kemampuan penciptaan nilai organisasi	- Filosofi organisasi - Strategi perusahaan -
	<i>Innovation Capital</i>	Kekuatan pembaruan dalam suatu perusahaan, misalnya hak cipta, kekayaan intelektual, dan <i>intangible assets</i> lainnya dan nilai-nilai.	- Hak komersial Hak intelektual
	<i>Processing Capital</i>	Nilai gabungan dari proses penciptaan nilai.	- Waktu untuk memproses pesanan - Waktu untuk mengembangkan produk - Distribusi SDM berdasarkan proses

Bontis et al. (2000) dalam Ulum (2017:86) menyatakan bahwa secara umum, para peneliti mengidentifikasi tiga konstruk utama dari IC, yaitu: *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *customer capital* (CC).

1. *Human Capital* / Modal Manusia (HC)

Menurut Bontis et al. (2000) dalam Ulum (2017: 86),

“Secara sederhana HC mempresentasikan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya. HC merupakan kombinasi dari *genetic inheritance; education; experience and attitude* tentang kehidupan dan bisnis.”

Menurut Arfan Ikhsan (2008: 85) modal manusia adalah sebagai berikut:

“Modal manusia umumnya dapat digambarkan sebagai pengetahuan individu yang mengharuskan sepanjang seumur hidup terbiasa dengan barang-barang hasil, jasa atau ide-ide di lingkungan pasar atau bukan.”

Kemudian menurut Ross, et al (1997) dalam Budiharjo (2011) *human capital* adalah sebagai berikut:

“Human capital adalah kemampuan, pengalaman, kompetensi, pengetahuan, nilai-nilai, sikap yang memberikan nilai tambah (khusus ekonomis) pada organisasi.”

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat diketahui bahwa *human capital* (modal manusia) bersumber dari pengetahuan, pengalaman, keahlian, etika/sikap dan keterampilan yang dimiliki oleh orang-orang yang tergabung dalam suatu perusahaan.

2. *Structural Capital* / Modal Struktural (SC)

Menurut Bontis et al. (2000) dalam Ulum (2017: 86) SC adalah sebagai berikut:

“SC meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi. Termasuk dalam hal ini adalah *database, organisational charts, process manuals, strategies, routines* dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar dari pada nilai materialnya.”

Menurut Arfan Ikhsan (2008: 85) modal struktural adalah:

“Modal Struktural dapat digambarkan sebagai suatu sisa, yaitu: nilai dari apa yang ditinggalkan ketika modal manusia-karyawan- telah meninggalkan rumah. Beberapa contoh dari modal struktural adalah *database, daftar klien, catatan manual, merek dagang, dan struktur-struktur organisasi.*”

Sedangkan menurut Ross, et al (1997) dalam Budiharjo (2011) *structural capital* (SC) adalah sebagai berikut:

“*Structural Capital* (SC) adalah semua benda seperti arsip-arsip, database, sertifikat, dokumen-dokumen dan lain-lain yang memiliki nilai lebih besar daripada benda itu sendiri.”

Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa *structural capital* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi aktivitas operasionalnya sehari-hari dan merupakan infrastruktur yang mendukung modal manusia untuk menjalankan aktivitas penciptaan nilai organisasi atau perusahaan.

3. *Customer Capital / Relational Capital / Modal Pelanggan*(CC)

Menurut Bontis et al. (2000) dalam Ulum (2017: 87) *customer capital* adalah sebagai berikut:

“CC adalah pengetahuan yang melekat dalam *marketing channels* dan *customer relationship* dimana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalannya bisnis.”

Sedangkan menurut Arfan Ikhsan (2008: 95) modal pelanggan adalah sebagai berikut:

“Modal pelanggan adalah nilai pasar dari pelanggan, hubungan pelanggan, dan potensi pelanggan, termasuk nilai dari kontrak hubungan pelanggan. Dasar pelanggan didefinisikan sebagai hubungan-hubungan dengan pelanggan-pelanggan yang ada di pasar-pasar.”

Kemudian menurut Sawarjuwono dan Kadir (2003) dalam jurnal Gany

Nugrahanti (2015) *Relational Capital* (RC) adalah:

“*Relational Capital* (RC) merupakan hubungan yang *harmonis association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang beraal dari pemasok, pelanggan, dan juga pemerintah dan masyarakat. *Relational Capital* dapat muncul dari berbagai bagian di luar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan.”

Berdasarkan definisi di atas maka dapat diketahui bahwa suatu hubungan yang terjalin dengan baik antara perusahaan dengan pelanggan, pemasok, pemerintah maupun masyarakat merupakan salah satu komponen *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan. *Customer capital* juga dapat diartikan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sehingga menghasilkan hubungan baik dengan pihak luar.

Selanjutnya IFAC (1998) dalam Ulum (2017: 86) mengklasifikasikan IC dalam tiga kategori, yaitu: (1)*Organizational Capital*, (2) *Relational Capital*, (3) *Human Capital*. *Organizational Capital* meliputi: a) *intellectual property* dan b) *infrastructure assets*.

Tabel 2.4
Klasifikasi *Intellectual Capital*

<i>Organizational Capital</i>	<i>Relational Capital</i>	<i>Human Capital</i>
<i>Intellectual Property:</i> - <i>Patents</i> - <i>Copyrights</i> - <i>Design rights</i> - <i>Trade secret</i> - <i>Trademarks</i> - <i>Service marks</i>	- <i>Brands</i> - <i>Customers</i> - <i>Customer loyalty</i> - <i>Backlog orders</i> - <i>Company names</i> - <i>Distributions channels</i> - <i>Business collaborations</i>	- <i>Know-how</i> - <i>Education</i> - <i>Vocational qualification</i> - <i>Work-related knowledge</i> - <i>Work-related competencies</i>

<p>Infrastructure Assets:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Management Philosophy</i> - <i>Corporate culture</i> - <i>Management Processes</i> - <i>Information systems</i> - <i>Networking systems</i> - <i>Financial relations</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Licensing agreements</i> - <i>Favourable contracts</i> - <i>Franchising agreements</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Entrepreneurial spirit, innovativeness, proactive and reactive abilities, changeability</i> - <i>Psychometric valuation</i>
---	---	---

Sumber: IFAC (1998) dalam Ulum (2017: 86)

2.1.5.4 Metode Pengukuran *Intellectual Capital*

Metode pengukuran *intellectual capital* dapat di kelompokkan menjadi dua kategori (Tan et. al., 2007) dalam Ulum (2017: 94) yaitu:

1. Kategori yang tidak menggunakan pengukuran moneter; dan
2. Kategori yang menggunakan ukuran moneter.

Model yang kedua tidak hanya tidak hanya termasuk metode yang mencoba mengestimasi nilai uang dari *intellectual capital*, tetapi juga ukuran-ukuran turunan dari nilai uang dengan menggunakan rasio keuangan (Ulum, 2017: 94). Berikut adalah model yang tidak menggunakan pengukuran moneter (Tan et., al, 2007) dalam Ulum (2017: 94):

1. *The Balance Scorecard*, dikembangkan oleh Kaplan dan Norton (1992);
2. *Brooking's Technology Broker Method* (1996);
3. *The Skandia IC Report method* oleh Edvinsson dan Malone (1997);
4. *The IC-Index* dikembangkan oleh Roos et. al., (1997);
5. *Intangible Assets Monitor approach* oleh Sveiby (1997);
6. *The Heuristic Frame* dikembangkan oleh Joia (2000);
7. *Vital Sign Scorecard* dikembangkan oleh Vanderkaay (2000) dan
8. *The Ernst & Young Model* (Barsky dan Marchant, (2000).

Berikut penjelasan dan indikator *intellectual capital* yang tidak menggunakan pengukuran moneter dalam Ulum (2009: 41):

1. *The Balance Scorecard*, dikembangkan oleh Kaplan dan Norton (1992); Kinerja perusahaan diukur dengan indikator-indikator yang meliputi empat perspektif, yaitu:
 - 1) *Financial perspective*;
 - 2) *Customer perspective*;
 - 3) *Internal Process perspective*; dan
 - 4) *Learning perspective*.

Indikator-indikator disusun berdasarkan pada tujuan strategik perusahaan (Ulum, 2009:41).

2. *Brooking's Technology Broker Method* (1996); Nilai *intellectual capital* suatu perusahaan ditaksir berdasarkan pada analisis diagnostik dari reson perusahaan terhadap 20 pertanyaan yang meliputi empat komponen utama *intellectual capital* (Ulum, 2009: 37).
3. *The Skandia IC Report method* oleh Edvinsson dan Malone (1997); *Intellectual capital* diukur melalui analisis 164 ukuran metrik (91 berbasis *intellectual* dan 73 tradisional matrik) mencakup lima komponen:
 - (1) Keuangan;
 - (2) Pelanggan;
 - (3) Proses;
 - (4) Pembaruan dan Pengembangan; dan
 - (5) Manusia (Ulum, 2009:40).
4. *The IC-Index* dikembangkan oleh Roos et. al., (1997); Mengkonsolidasikan seluruh indikator individual yang merepresentasikan *intellectual property* dan komponen-komponen kepada suatu indeks. Perubahan pada indeks kemudian dihubungkan dengan perubahan di dalam penilaian pasar perusahaan (Ulum, 2009:41) dalam Sukmawijaya (2016).
5. *Intangible Assets Monitor approach* oleh Sveiby (1997); Manajemen memilih indikator, berdasarkan pada tujuan strategik perusahaan, untuk mengukur empat aspek dari penciptaan nilai dari aset tidak berwujud. Melalui:
 - 1) Pertumbuhan,
 - 2) Pembaruan,
 - 3) Utilisasi/efisiensi, dan
 - 4) Pengurangan risiko/stabilitas. (Ulum, 2009:41).

Dalam Ulum (2009: 49), Tan et., al menambahkan model yang menggunakan pengukuran moneter antara lain:

1. *The EVA dan MVA model* (Bontis et. al., 1999); Dihitung dengan menyesuaikan laba yang diungkap perusahaan dengan beban yang berhubungan dengan *intangibile*. Perusahaan dalam EVA merupakan indikasi apakah *intellectual capital* perusahaan produktif atau tidak (Ulum, 2009:39).

2. *The market-to-book Value model* (beberapa penulis);
Nilai *intellectual* diperhitungkan dari perbedaan antara nilai pasar saham (*firm's stock market value*) dan nilai buku perusahaan (*firm's book value*) (Ulum, 2009:39).
3. *Tobin's Q method* (Luthy, 1998);
"q" adalah rasio dari nilai pasar saham perusahaan dibagi dengan biaya pengganti (*replacement costs*) aset. Perubahan pada "q" merupakan proksi untuk pengukuran efektif tidaknya kinerja *intellectual capital* perusahaan (Ulum, 2009:39).
4. *Pulic's VAIC™ Model* (1998,2000);
Mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi *intellectual capital* dan *capital employed* menciptakan nilai yang berdasar pada bubungan tiga komponen utama, yaitu:
 - (1) *Capital employed*;
 - (2) *Human capital*; dan
 - (3) *Structural capital*. (Ulum, 2009:40).
5. *Calculated intangible value* (Dzinkowski, 2000); dan
Mengkalkulasi kelebihan *return* pada *hard assets* kemudian menggunakan figur ini sebagai dasar untuk menentukan proporsi dari *return* yang dihubungkan dengan *intangible assets* (Ulum, 2009:40).
6. *The Knowledge Capital Earnings model* (Lev dan Feng, 2001).
Knowledge Capital Earnings dihitung sebagai porsi atas kelebihan *normalized earning* dan tambahan *expected earnings* yang bisa dihubungkan kepada *book assets* (Ulum, 2009:40).

2.1.5.4.1 Value Added Intellectual Capital (VAIC™)

Model *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™) dikembangkan oleh Pulic pada tahun 1997 yang didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible assets*) dan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang dimiliki oleh perusahaan. VAIC™ merupakan instrumen untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan. Pendekatan ini relatif mudah dan sangat mungkin untuk dilakukan, karena dikonstruksi dari akun-akun dalam laporan keuangan perusahaan (neraca, laba rugi) Ulum (2017, 120).

Berikut formulasi dan tahapan dalam menghitung *intellectual capital* menurut Ulum (2009: 88) yaitu sebagai berikut:

- a. Tahap pertama : Menghitung *Value Added* (VA).
Value Added adalah indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*).

$$VA = Output - Input$$

Dimana:

- 1) *Output* = Total penjualan dan pendapatan lain
- 2) *Input* = Beban penjualan dan biaya-biaya lain (selain beban karyawan).

- b. Tahap kedua: Menghitung *Value Added Capital Employed* (VACA).
VACA adalah indikator untuk VA yang diciptakan oleh satu unit dari *physical capital*. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari CE terhadap *value added* organisasi.

Pulic (1998) mengasumsikan bahwa jika 1 unit dari CE (*Capital Employed*) menghasilkan *return* yang lebih besar daripada perusahaan yang lain, maka berarti perusahaan tersebut lebih baik dalam memanfaatkan CE-nya. Dengan demikian, pemanfaatan IC yang lebih baik merupakan bagian dari IC perusahaan.

$$VACA = VA/CE$$

Dimana:

- 1) VACA = *Value Added Capital Employed*
- 2) VA = *Value Added*
- 3) CE = *Capital Employed*: Dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

- c. Tahap ketiga: Menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU).
VAHU menunjukkan berapa banyak VA yang dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam HC terhadap *value added* organisasi.

$$VAHU = VA/HC$$

Dimana:

- 1) VAHU = *Value Added Human Capital*
- 2) VA = *Value Added*
- 3) HC = *Human Capital*: beban karyawan

- d. Tahap keempat: Menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA).
Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai.

$$STVA = SC/VA$$

Dimana:

- 1) STVA = *Structural Capital Value Added*
- 2) SC = *Structural Capital*: VA-HC
- 3) VA = *Value Added*

- e. Tahap kelima: Menghitung *Value Added Intellectual Capital* (VAIC™). VAIC™ mengindikasikan kemampuan intelektual organisasi yang dapat juga dianggap sebagai BPI (*Business Performance Indicator*). VAIC™ merupakan penjumlahan dari 3 komponen sebelumnya yaitu: VACA, VAHU, STVA.

$$VAIC^{\text{TM}} = VACA + VAHU + STVA$$

Dimana:

- 1) VACA = *Value Added Capital Employeed*
- 2) VAHU = *Value Added Human Capital*
- 3) STVA = *Structural Capital Value Added*

Keunggulan metode VAIC™ adalah karena data yang dibutuhkan relatif mudah diperoleh dari berbagai sumber dan jenis perusahaan. Data yang dibutuhkan untuk menghitung berbagai rasio tersebut adalah angka-angka keuangan yang standar, dan umumnya tersedia pada laporan keuangan.

2.1.5.4.2 *Extended VAIC™ Model*

Setelah mengkaji sejumlah model pengukuran IC yang dihasilkan oleh para ahli, Nazari dan Herremans (2007) dalam Ulum (2017: 122) menawarkan ‘revisi’ atas model VAIC™. Beberapa modifikasi dan perluasan yang mereka usung adalah sebagai berikut:

Dalam menghitung *value added* (VA), Nazari dan Herremans (2007) Ulum (2017: 122) lebih memilih menggunakan rumus:

$$VA = OP + EC + D + A$$

Dimana:

- OP = *Operating Profit*
EC = *Employee Cost*
D = *Depreciation*
A = *Amortization.*

Menurut Nazari dan Herremans (2007) dalam Ulum (2017: 123), *structural capital* (SC) terdiri dari *organizational capital* (OC) dan *customer capital* (CC). Sementara OC merupakan konstruksi dari *process capital* (PC) dan *innovation capital* (InC), sehingga dengan nilai demikian maka:

$$SC = OC + CC$$

$$OC = InC + PC$$

$$SC = InC + PC + CC$$

Dalam *Extended VAIC™ Model* terdapat 5 komponen, yaitu: HCE, CCE (*customer capital efficiency*), InCE (*innovation capital efficiency*), PCE (*process capital efficiency*), CEE. HCE dan SCE adalah komponen utama dalam perhitungan efisiensi IC, yang dalam model VAIC™ disebut sebagai ICE (*intellectual capital efficiency*). Sementara CEE adalah perhitungan efisiensi dari modal fisik dan finansial yang merupakan ‘pelengkap’ dalam model Pulic (Ulum, 2017:123).

Karena dalam VAIC $SCE = SC/VA$, maka dalam *Extended VAIC™ Model* menjadi :

$$SCE = \frac{CC + InC + PC}{VA}$$

Untuk mengukur *relational capital* digunakan *marketing cost*, sementara biaya *Research and Development* (R&D) digunakan sebagai proksi untuk *innovation capital* (Bosworth dan Rogers, 2001), sementara biaya pemasaran (*marketing cost*) dijadikan proksi untuk *relational capital* (RC), sehingga:

$$CCE = \frac{CC + Marketing Cost}{VA}$$

$$InCE = \frac{InC + R\&D}{VA}$$

Process Capital Efficiency (PCE) dihitung dengan SCE minus CCE minus InCE:

$$SCE = CCE + InCE + PCE$$

$$PCE = SCE - InCE - CCE$$

2.1.5.4.3 Modified VAIC (MVAIC)

Modified VAIC (MVAIC) merupakan model pengukuran kinerja IC yang berbasis pada modelnya Pulic, VAIC™. Model ini diawali dengan menempatkan perhitungan VA sebagai titik awal, yaitu:

$$VA = OP + EC + D + A \quad (\text{Pulic, 2000c})$$

OP adalah *operating profit*, EC adalah *employee cost*, D adalah *depreciations*, dan A adalah *amortisations*. Selain itu VA juga bisa dihitung dengan formula awal dari Pulic (2000a) yaitu $VA = \text{OUT} - \text{IN}$ (Ulum, 2017: 124).

Secara utuh, MVAIC diformulasikan sebagai berikut (Ulum, 2017: 125):

1. $MVAIC = ICE + CEE$ (Pulic, 2000a)
2. $ICE = HCE + SCE + RCE$
3. $HCE = VA/HC$ (Pulic, 2000a)
4. $SCE = SC/VA$ (Pulic, 2000a)
5. $RCE = \frac{RC}{VA}$
6. $CCE = VA/CE$ (Pulic, 2000a)

Keterangan :

MVAIC: Modified VAIC

ICE : *Intellectual Capital Efficiency*

HCE : *Human Capital Efficiency*

SCE : *Structural Capital Efficiency*

RCE : *Relational Capital Efficiency*

CEE : *Capital Employed Efficiency*

VA : *Value Added*

HC : *Human Capital*; total beban karyawan termasuk pelatihan

SC : *Structural Capital*; VA- HC

RC : *Relational Capital*; biaya pemasaran

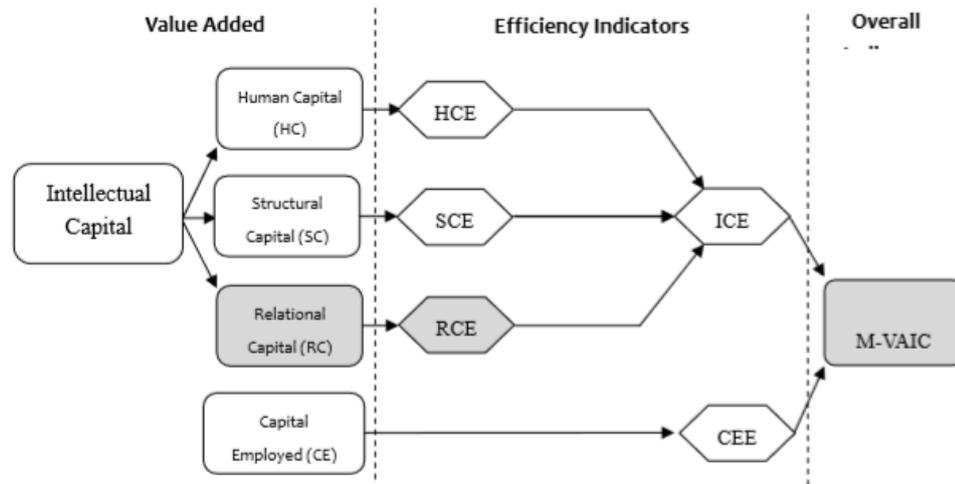
CE : *Capital Employed*; Nilai buku dari total aset

OP : *Operating Profit*

EC : *Employee Cost*

D : *Depreciation*

A : *Amortisation*



Gambar 2.1
Formulasi MVAIC

Sumber: Ulum et. al., (2014)

2.1.5.4.4 *Extended VAICT™ Plus*

Extended VAICT™ Plus (E-VAIC Plus) merupakan modifikasi lanjutan dari model VAICT™ yang menempatkan taksonomi IC pada posisi yang lebih tepat (Ulum, 2014). Model ini diawali dengan menempatkan perhitungan Riahi-Belkaoui (2003) dalam Ulum (2017: 127) tentang *Value Added* (VA) sebagai berikut :

$$VA = W + I + DD + T + R \quad \text{(Riahi-Belkaoui, 2003)}$$

W adalah *wages*, I adalah *interest*, DD adalah *dividends*, T adalah *tax*, dan R adalah *retained earning*. VA juga dapat dihitung dengan formula dari Pulic (2000c), yaitu $VA = OP + EC + D + A$ (Ulum, 2017:127). Langkah selanjutnya adalah dengan menghitung efisiensi dari IC dengan menggunakan model Pulic (VAICT™) yang dimodifikasi.

Selanjutnya secara utuh, E-VAIC Plus diformulasikan sebagai berikut (Ulum, 2017:

130):

1. E-VAIC Plus = ICE + CEE (konsisten dengan model dasarnya Pulic, 2000)
2. ICE = HCE + SCE + RCE
3. SCE = InCE + PCE
4. HCE = VA/HC (Pulic, 2000)
5. InCE = InC/VA (modifikasi dari Nazari dan Herremans, 2007)
6. PCE = PC/VA (modifikasi dari Nazari dan Herremans, 2007)
7. RCE = RC/VA
8. CEE = VA/CE (Pulic, 2000)

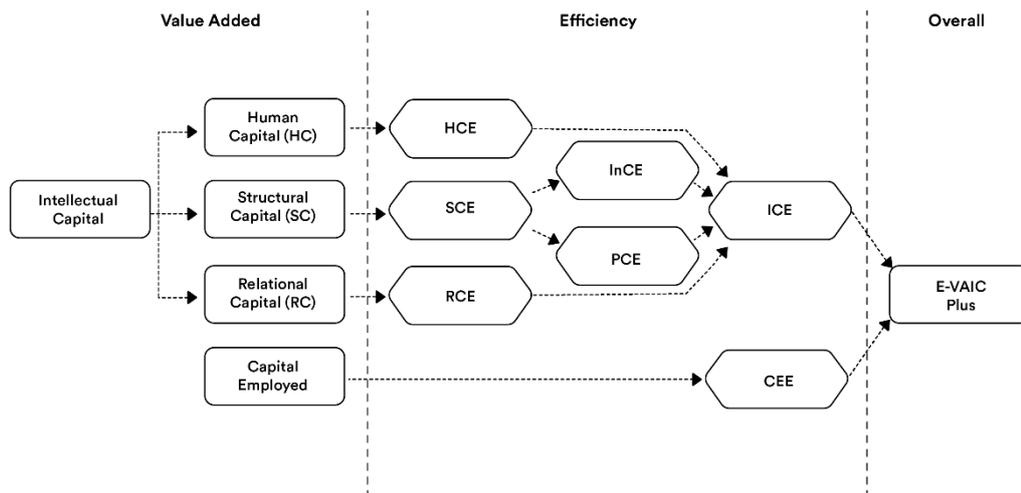
Keterangan:

E-VAIC Plus : *Extended VAIC Plus*

InCE : *Innovation Capital Efficiency*

PCE : *Process Capital Efficiency*

PC : *Process Capital*; biaya penyusutan dan amortisasi



Gambar 2.2

Formulasi *Extended VAIC™ Plus*

Sumber: Ulum et. al., (2014)

2.1.5.4.5 iB-VAIC

VAIC™ dikonstruksi oleh Pulic (1999) untuk menilai kinerja IC pada perusahaan konvensional (*privat sector, profit motive, non syariah*). Akun-akun yang digunakan dalam menghitung kinerja IC dengan VAIC™ adalah akun-akun yang lazim pada perusahaan konvensional. Sejauh ini, belum ada indikator (sejenis VAIC™) yang dapat digunakan untuk menilai kinerja IC perbankan syariah (Ulum, 2017: 131).

Model pengukuran kinerja IC untuk perbankan syariah ini (iB-VAIC) ini menjadi penting setidaknya karena 2 alasan (Ulum, 2013):

1. Industri perbankan merupakan salah satu dari 4 industri yang merupakan IC *intensive industry sector* (Firrer dan Williams, 2003). Selain itu, dari aspek intelektual, secara keseluruhan karyawan di sektor perbankan lebih homogen dibandingkan dengan sektor ekonomi lainnya (Kubo dan Saka, 2002)
2. Hasil penelitian di berbagai negara (termasuk di Indonesia) menunjukkan bahwa IC memiliki peran dalam menggerakkan nilai perusahaan (*firm's value*). IC berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan- yang merupakan ukuran jangka pendek dan yang paling mudah dilihat, baik pada masa kini maupun di masa yang akan datang. Artinya, IC dapat pula digunakan dalam memprediksi kinerja keuangan perusahaan.

iB-VAIC dikonstruksi oleh Ulum (2013) dengan berdasarkan pada akun-akun laporan keuangan bank syari'ah Indonesia, tahapannya adalah sebagai berikut (Ulum, 2017:132):

1. Menghitung *Value Added* (VA)
Tahap pertama dengan menghitung *iB-Value Added* (iB-VA). IB-VA dihitung dengan menggunakan cara yaitu sebagai berikut :
$$iB - VA = OUT - IN$$

OUT (*Output*) : Total pendapatan, diperoleh dari:
 - a. Pendapatan bersih kegiatan syariah = pendapatan operasi utama kegiatan syariah + pendapatan operasi lainnya - hak pihak ketiga atas bagi hasil dan syirkah temporer.

Pendapatan operasi utama kegiatan syariah terdiri:

- 1) Pendapatan penyaluran dana
 - a) Dari pihak ketiga bukan bank
 - Pendapatan dari jual beli (pendapatan marjin murabahah)
 - Pendapatan bersih salam parallel
 - Pendapatan bersih istishna parallel
 - Pendapatan sewa ijarah
 - Pendapatan pendapatan bagi hasil musyarakah
 - Pendapatan bagi hasil mudharabah
 - Pendapatan dari penyertaan
 - Lainnya
 - b) Dari Bank Indonesia
 - Bonus SBIS
 - Lainnya
 - c) Dari bank-bank lain di Indonesia
 - Bonus dari bank syariah lain
 - Pendapatan bagi hasil mudharabah
 - Tabungan mudharabah
 - Deposito mudharabah
 - Sertifikat investasi mudharabah antar bank
 - Lainnya
 - 5) Pendapatan operasi lainnya
 - a) Jasa investasi terikat (mudharabah muqayyadah)
 - b) Jasa layanan
 - c) Pendapatan dari transaksi valuta asing
 - d) Koreksi PPAP
 - e) Koreksi penyisihan penghapusan transaksi rekening administrasi
 - f) Lainnya
 - 6) Hak pihak ketiga atas bagi hasil syirkah temporer
 - a) Pihak ketiga bukan bank
 - Tabungan mudharabah
 - Deposito mudharabah
 - Lainnya
 - b) Bank Indonesia
 - FPJP syariah
 - Lainnya
 - c) Bank-bank lain di Indonesia dan di luar Indonesia
 - Tabungan mudharabah
 - Deposito mudharabah
 - Sertifikat investasi mudharabah antar bank
 - Lainnya
- b. Pendapatan non operasional
IN (input): Beban usaha/operasional dan beban non operasional kecuali beban kepegawaian/karyawan.
Beban usaha/operasional kecuali beban kepegawaian:

- 1) Beban penyisihan kerugian asset produktif-bersih
- 2) Beban estimasi kerugian komitmen dan kontijensi
- 3) Beban operasi lainnya
 - a) Beban bonus titipan wadiah
 - b) Beban administrasi dan umum
 - c) Beban penurunan nilai surat berharga
 - d) Beban transaksi valuta asing
 - e) Beban promosi
 - f) Beban lainnya

Value added (iB-VA) juga dapat dihitung dari akun-akun perusahaan sebagai berikut:

$$iB - VA = OP + EC + D + A$$

Keterangan :

OP : *operating profit* (laba operasi/laba usaha)

EC : *employee costs* (beban karyawan)

D : *depreciation* (depresiasi)

A : *amortization* (amortisasi)

2. Menghitung *Value Added Capital Employed* (iB-VACA)

Tahap kedua dengan menghitung *Value Added Capital Employed* (iB-VACA). iB-VACA adalah indikator untuk iB-VA yang diciptakan oleh satu unit dari *human capital*. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari CE terhadap *value added* perusahaan.

$$iB - VACA = \frac{VA}{CE}$$

Keterangan:

iB-VACA: *Value Added Capital Employed* : rasio dari iB-VA terhadap CE

iB-VA: *value added*

CE : *Capital Employed* : dana yang tersedia (total ekuitas)

3. Menghitung *Value Added Human Capital* (iB-VAHU)

iB-VAHU menunjukkan berapa banyak iB-VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam HC terhadap *value added* organisasi.

$$iB - VAHU = \frac{VA}{HC}$$

Keterangan :

iB-VAHU : *Value added Human Capital* : rasio dari iB-VA terhadap HC

iB-VA : *Value added*

HC : *Human capital* : beban karyawan

4. Menghitung *Structural Capital Value Added* (iB-STVA)

Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu rupiah dari iB-VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai.

$$iB - STVA = \frac{SC}{VA}$$

Keterangan :

STVA : *Structural Capital Value Added* : rasio dari SC terhadap IB-VA

SC : *Structural capital* : IB-VA – HC

IB-VA : *Value Added*

5. Menghitung *Value Added Intellectual Coefficient* (iB- VAICTM)

IB-VAICTM mengindikasikan kemampuan intelektual organisasi yang dapat juga dianggap sebagai BPI (Business Performance Indikator). iB-VAICTM merupakan penjumlahan dari tiga komponen sebelumnya, yaitu iB-VACA, iB-VAHU, dan iB-STVA.

$$iB - VAICTM = iBVACA + iBVAHU + iBSTVA$$

iB-VAIC yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur kinerja IC perbankan syariah di Indonesia. Perhitungan yang berbasis pada akun-akun dalam laporan keuangan tradisional ini akan dengan mudah dapat dilakukan dan dapat memberikan gambaran tentang kinerja IC yang dimiliki oleh perbankan syariah

Untuk dapat dilakukan pemeringkatan terhadap sejumlah perbankan, hasil perhitungan iB-VAIC (untuk selanjutnya dapat disebut BPI) dapat diranking berdasarkan skor yang dimiliki. Sejauh ini, belum ada standar tentang skor kinerja IC tersebut, namun penelitian Ulum (2008) telah merumuskan untuk memberikan kategori dari hasil perhitungan VAIC, yaitu (Ulum, 2017:136):

1. *“Top performers* – skor VAICTM di atas 3,00
2. *Good performers* – skor VAICTM antara 2,0 sampai 2,99
3. *Common performers* – skor VAICTM antara 1,5 sampai 1,99
4. *Bad performers* – skor VAICTM di bawah 1,5

2.1.6 Kinerja Keuangan

2.1.6.1 Pengertian Kinerja

Kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi (Moehariono, 2012: 95).

Menurut Wibowo (2016: 7) pengertian kinerja adalah sebagai berikut:

“Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya”

Sedangkan menurut Fahmi (2013: 2) pengertian kinerja adalah sebagai berikut:

“Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu.”

Kemudian menurut Armstrong dan Baron dikutip dan dialihbahasakan oleh Wibowo (2016: 7) kinerja adalah:

“Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi kepada ekonomi.”

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi dan

karyawannya dalam melaksanakan kegiatannya untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah diterapkan sebelumnya

2.1.6.2 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2014: 2). Sedangkan menurut Sukhemi (2007) menyatakan kinerja keuangan perusahaan merupakan gambaran dari kondisi keuangan perusahaan yang dianalisis menggunakan rasio keuangan.

Menurut Jumingan (2011:239) kinerja keuangan adalah sebagai berikut:

“Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas.”

Kemudian Rochmah (2015) dalam jurnalnya menyatakan bahwa :

“Kinerja keuangan merupakan gambaran yang mencerminkan kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis menggunakan alat-alat analisis keuangan. Kinerja keuangan suatu perusahaan sangat bermanfaat bagi berbagai pihak (*stakeholders*) seperti investor, kreditur, analis, konsultan keuangan, pialang, pemerintah dan pihak manajemen sendiri.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan adalah prestasi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan dalam mengelola keuangan perusahaan sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan, untuk mengetahui baik atau buruknya kinerja keuangan suatu perusahaan adalah dengan cara menganalisis laporan keuangan dengan rasio keuangan.

2.1.6.3 Manfaat Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan

Menurut Mulyadi (2007:416) pengukuran kinerja keuangan dimanfaatkan oleh manajemen untuk:

1. Mengelola operasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara umum.
2. Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan, seperti: promosi, transfer, dan pemberhentian.
3. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
4. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
5. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

2.1.6.4 Tujuan Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan

Menurut Munawir (2010:31) pengukuran kinerja keuangan perusahaan mempunyai beberapa tujuan di antaranya:

1. Untuk mengetahui likuiditas, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi pada saat ditagih.
2. Untuk mengetahui tingkat solvabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi.
3. Untuk mengetahui tingkat profitabilitas atau rentabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu yang dibandingkan dengan penggunaan aset atau ekuitas secara produktif.
4. Untuk mengetahui tingkat aktivitas usaha, yaitu kemampuan perusahaan dalam menjalankan dan mempertahankan usahanya agar tetap stabil, yang diukur dari kemampuan perusahaan dalam membayar pokok utang dan beban bunga tepat waktu, serta pembayaran dividen secara teratur kepada pemegang saham tanpa mengalami kesulitan atau krisis keuangan.

2.1.6.5 Tahap-tahap dalam Menganalisis Kinerja Keuangan

Irham Fahmi (2014: 4) menyatakan bahwa ada 5 (lima) tahap dalam menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan secara umum sebagai berikut:

- 1) Melakukan *review* terhadap data laporan keuangan. *Review* dilakukan dengan tujuan agar laporan keuangan yang dibuat tersebut dengan penerapan kaedah yang berlaku umum dalam akuntansi sehingga dengan demikian hasil laporan keuangan dapat dipertanggungjawabkan.
- 2) Melakukan perhitungan. Penerapan metode perhitungan disini adalah disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan yang sedang dilakukan sehingga hasil dari perhitungan tersebut akan memerikan suatu kesimpulan sesuai dengan analisis yang diinginkan.
- 3) Melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan yang telah diperoleh. Dari hasil hitungan yang sudah diperoleh tersebut kemudian dilakukan perbandingan dengan hasil hitungan dari berbagai perusahaan lainnya. Metode yang umum yang dipergunakan untuk melakukan perbandingan ini ada dua adalah:
 - a. *Time series analysis*, yaitu membandingkan secara antar waktu atau antar periode dengan tujuan itu nantinya akan terlihat secara grafik.
 - b. *Cross sectional approach*, yaitu melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan rasio-rasio yang telah dilakukan antara satu perusahaan dan perusahaan lainnya dalam ruang lingkup yang sejenis yang dilakukan secara bersamaan.
- 7) Melakukan penafsiran (*interpretation*) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan. Pada tahap ini analisis melihat kinerja keuangan perusahaan adalah setelah dilakukan ketiga tahap tersebut selanjutnya dilakukan penafsiran untuk melihat apa-apa saja permasalahan dan kendala-kendala yang dialami oleh perbankan tersebut.
- 8) Mencari dan memberikan pemecahan masalah (*solution*) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan. Pada tahap terakhir ini setelah ditemukan berbagai permasalahan yang dihadapi maka dicarikan solusi guna memberikan suatu *input* atau masukan agar apa yang menjadi kendala dan hambatan selama ini dapat terselesaikan.

2.1.6.6 Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut Irham Fahmi (2010: 66) pengukuran kinerja keuangan bertujuan untuk:

“(1) Memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan penting mengenai aset yang digunakan dan untuk memacu para manajer untuk membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan. (2) Mengukur kinerja unit usaha sebagai suatu entitas usaha.”

Untuk menilai kondisi dan kinerja keuangan perusahaan dapat digunakan rasio yang merupakan perbandingan angka-angka yang terdapat pada pos-pos laporan keuangan (Irham Fahmi, 2014: 46). Rasio keuangan atau finansial rasio ini sangat penting gunanya untuk melakukan analisa terhadap kondisi keuangan perusahaan (Irham Fahmi, 2014: 44). Analisis rasio keuangan sangat bermanfaat untuk dijadikan sebagai alat menilai kinerja dan prestasi perusahaan (Irham Fahmi, 2014:47).

Menurut Irham Fahmi (2015: 49) rasio keuangan adalah sebagai berikut:

“Suatu kajian yang melihat perbandingan antara jumlah-jumlah yang terdapat pada laporan keuangan dengan menggunakan formula-formula yang dianggap representatif untuk diterapkan.”

Sedangkan menurut I Made Sudana (2011: 24) rasio keuangan adalah sebagai berikut:

“Rasio keuangan yang dihitung dari laporan keuangan perusahaan pada satu tahun saja tidak akan memberikan informasi memadai. Untuk memperoleh informasi yang lebih banyak, analisis keuangan dapat dilakukan dengan cara *cross section* , yaitu membandingkan rasio keuangan suatu perusahaan dengan rasio keuangan perusahaan lain atau industri pada suatu periode waktu yang sama, dan *time series*, yaitu membandingkan atau mengevaluasi kecenderungan (*trend*) rasio keuangan suatu perusahaan dari waktu ke waktu.

Selanjutnya menurut Hery (2015: 161) rasio keuangan adalah sebagai berikut:

“Rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Rasio keuangan adalah angka yang

diperoleh dari hasil perbandingan antara satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan.”

2.1.6.6.1 Rasio Likuiditas

Menurut Hanafi dan Halim (2012: 75) rasio likuiditas adalah sebagai berikut:

“Rasio likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.”

Selanjutnya menurut Irham Fahmi (2015: 65) rasio likuiditas adalah sebagai berikut:

“ Rasio likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu.”

Sedangkan menurut Hery (2015: 166) rasio likuiditas adalah sebagai berikut:

“Rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo.”

Rasio Likuiditas terdiri atas:

a. Rasio lancar (*Current Ratio*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 66) rasio lancar adalah sebagai berikut:

“Rasio lancar (*current ratio*) adalah ukuran umum digunakan atas solvensi jangka pendek, kemampuan suatu perusahaan memenuhi kebutuhan utang ketika jatuh tempo.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio lancar menurut

Irham Fahmi (2015: 66):

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

b. Rasio cepat (*Quick Ratio*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 70) rasio cepat adalah sebagai berikut:

“Rasio cepat adalah ukuran uji solvensi jangka pendek yang lebih teliti daripada rasio lancar karena pembilangnya mengeliminasi persediaan yang dianggap aktiva lancar yang sedikit tidak likuid dan kemungkinan menjadi sumber kerugian.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio cepat menurut

Irham Fahmi (2015: 70):

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$$

2.1.6.6.2 Rasio Solvabilitas/ *Leverage*

Menurut Hanafi dan Halim (2012: 79) rasio solvabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio solvabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total utangnya lebih besar dibandingkan total asetnya.”

Menurut Irham Fahmi (2015: 72) rasio leverage adalah sebagai berikut :

“Rasio *Leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu sebaliknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang”

Selanjutnya menurut Hery (2015: 167) rasio solvabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio solvabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya.”

Rasio Solvabilitas / *leverage* terdiri atas:

a. Rasio Utang (*Debt Ratio/ Debt to Total Assets*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 72) rasio utang adalah sebagai berikut :

“Rasio ini disebut juga sebagai rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan, yaitu diperoleh dari perbandingan total utang dibagi dengan total aset.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio utang menurut Irham Fahmi (2015: 72):

$$Rasio\ Utang = \frac{Total\ Utang}{Total\ Aset}$$

b. Rasio Utang terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 73) *Debt to Equity Ratio* adalah sebagai berikut:

“Mengenai *debt to equity ratio* ini Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mendefinisikan sebagai “ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio utang terhadap ekuitas menurut Irham Fahmi (2015: 73):

$$\text{Rasio Utang terhadap Ekuitas} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

- c. Rasio kelipatan bunga yang dihasilkan (*Times Interest Earned*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 74) *Times Interest Earned* adalah :

“*Times Interest Earned* disebut juga dengan rasio kelipatan.”

Menurut Hery (2015: 167) Rasio kelipatan bunga yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

“Rasio kelipatan bunga yang dihasilkan merupakan rasio yang menunjukkan (sejauh mana atau berapa kali) kemampuan perusahaan dalam membayar bunga.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio kelipatan bunga yang dihasilkan menurut Irham Fahmi (2015: 74):

Rasio kelipatan bunga yang dihasilkan

$$= \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Beban bunga}}$$

- d. *Long Term Debt to Total Capitalization*

Menurut Irham Fahmi (2015: 76) *Long Term Debt to Total Capitalization* adalah sebagai berikut:

“*Long Term Debt to Total Capitalization* disebut juga dengan utang jangka panjang/ total kapitalisasi. *Long term debt* merupakan sumber dana pinjaman yang bersumber dari utang jangka panjang, seperti obligasi dan sejenisnya.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio *Long Term Debt to Total Capitalization* menurut Irham Fahmi (2015: 76):

$$\text{Long Term Debt to Total Capitalization} = \frac{\text{Utang Jangka Panjang}}{\text{Utang Jangka Panjang} + \text{Ekuitas pemegang saham}}$$

e. Rasio Menutup Beban Tetap (*Fixed Charge Coverage*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 76) rasio menutup beban adalah sebagai berikut:

“Rasio menutup beban tetap adalah ukuran yang lebih luas dari kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetap dibandingkan dengan rasio kelipatan pembayaran bunga tetap yang berkenaan dengan sewa guna usaha.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio menutup beban tetap menurut Irham Fahmi (2015: 76):

$$\text{Rasio Menutup Beban Tetap} = \frac{\text{Laba Usaha} + \text{Beban Bunga}}{\text{Beban Bunga} + \text{Beban Sewa}}$$

2.1.6.6.3 Rasio Aktivitas

Menurut Hanafi dan Halim (2012: 76) rasio aktivitas adalah:

“Rasio ini melihat pada beberapa aset kemudian menentukan berapa tingkat aktivitas aktiva-aktiva tersebut pada tingkat kegiatan tertentu.”

Menurut Irham Fahmi (2015: 77):

“Rasio aktivitas adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimilikinya guna menunjang aktivitas perusahaan. Dimana penggunaan aktivitas ini dilakukan secara sangat maksimal.”

Selanjutnya menurut Hery (2015: 167):

“Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi atas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan atau untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari.”

Rasio aktivitas terdiri atas:

a. Perputaran Persediaan (*Inventory Turnover*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 77) rasio *inventory turnover* adalah sebagai berikut:

“Rasio *Inventory Turnover* ini melihat sejauh mana tingkat perputaran persediaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.”

Menurut Hery (2015: 214) perputaran persediaan adalah sebagai berikut:

“Perputaran persediaan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam persediaan akan berputar dalam satu periode atau berapa lama (dalam hari) rata-rata persediaan tersimpan di gudang hingga akhirnya terjual.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio perputaran persediaan menurut Irham Fahmi (2015: 77):

$$\text{Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata – rata Persediaan}}$$

b. *Day Sales Outstanding*

Menurut Irham Fahmi (2015: 78) Rasio *Day Sales Outstanding* adalah:

“Rasio *Day Sales Outstanding* disebut juga dengan rata-rata periode pengumpulan piutang. Rasio ini mengkaji tentang bagaimana suatu perusahaan melihat periode pengumpulan piutang yang akan terlihat.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio *Day Sales Outstanding* menurut Irham Fahmi (2015: 79):

$$\text{Day Sales Outstanding} = \frac{\text{Piutang}}{\text{Penjualan Kredit}/360}$$

c. Perputaran Aset Tetap (*Fixed Assets Turnover*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 79) perputaran aset tetap adalah sebagai berikut:

“Rasio ini melihat sejauh mana aktiva tetap yang dimiliki oleh suatu perusahaan memiliki tingkat perputarannya secara efektif, dan memberikan dampak pada keuangan perusahaan.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio perputaran aset tetap menurut Irham Fahmi (2015: 79):

$$\text{Perputaran Aset Tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap Neto}}$$

d. Perputaran Total Aset (*Total Assets Turnover*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 79):

“Rasio ini melihat sejauh mana keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan terjadi perputaran secara efektif.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio perputaran total aset menurut Irham Fahmi (2015: 80):

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

e. *Long Term Assets Turnover*

Menurut Irham Fahmi (2015: 80) *long term assets turnover* adalah sebagai berikut:

“Rasio *Long Term Assets Turnover* disebut juga dengan rasio perputaran aset jangka panjang.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio *Long Term Assets Turnover* menurut Irham Fahmi (2015: 80):

$$\text{Long Term Assets Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aset Jangka Panjang}}$$

2.1.6.6.4 Rasio Profitabilitas

Menurut Hanafi dan Halim (2012: 81) rasio profitabilitas adalah:

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu.”

Menurut Irham Fahmi (2015: 80) rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio Profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.”

Selanjutnya menurut Hery (2015: 168):

“Rasio profitabilitas merupakan rasio menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.”

Rasio profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Tujuan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar menurut Kasmir (2015: 197), yaitu:

- a. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- f. Dan tujuan lainnya.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh menurut Kasmir (2015: 198) adalah untuk:

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Mengetahui produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- f. Manfaat lainnya.

Rasio Profitabilitas terdiri atas:

- a. Hasil Pengembalian atas Aset (*Return On Assets / ROA*)

Menurut Keown, dkk. (2011) yang dialihbahasakan oleh Marcus Prihminto definisi *Return On Assets* adalah sebagai berikut:

“*Return on assets* (ROA) atau pengembalian atas aset-aset menentukan jumlah pendapatan bersih yang dihasilkan dari aset-aset perusahaan dengan menghubungkan pendapatan bersih ke total aset. Pengembalian atas aset-aset= $\frac{\text{pendapatan bersih}}{\text{total aktiva}}$.”

Menurut Hery (2015: 168) *return on assets* adalah sebagai berikut:

“*Return On Asssets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih.”

Menurut Hanafi dan Halim (2012: 81) ROA adalah sebagai berikut:

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA juga sering disebut sebagai ROI (*Return On Investment*).”

Sama seperti pernyataan Irham Fahmi (2015: 82) ROI adalah :

“Rasio *return on invesment* atau pengembalian investasi, bahwa di beberapa referensi lainnya rasio ini juga ditulis dengan *return on assets* (ROA). Rasio yang ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.”

Menurut Chen et al, dalam jurnal Sirapanji dan Hatane (2013):

“ROA adalah indikator efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset yang ada dan mengendalikan *firm's financing policy*.”

Rumus yang digunakan untuk menghitung rasio ROA menurut Hanafi dan Halim (2012: 81):

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Berdasarkan pengertian- pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai ROA menunjukkan bagaimana perusahaan mengelola aset atau dana yang ditanamkan terhadap aset perusahaan yang dimilikinya untuk menghasilkan suatu keuntungan atau laba. Dengan memahami rasio ini, kita dapat menilai apakah perusahaan sudah efisien dalam mengelola asetnya dalam mengelola kegiatan operasional perusahaan.

b. Hasil pengembalian ekuitas (*Return On Equity*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 82) *Return On Equity* adalah sebagai berikut:

“*Rasio return on equity* (ROE) disebut juga dengan laba atas *equity*. Di beberapa referensi disebut juga dengan rasio total *assets turnover* atau perputaran total aset. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio ROE menurut Irham Fahmi (2015: 82):

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

c. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 80) *Gross Profit Margin* adalah sebagai berikut:

“*Gross profit margin* merupakan margin laba kotor. Mengenai *gross profit margin* Lyn M. Frase dan Alieen Ormiston memberikan pendapatnya yaitu “Margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan.” Atau lebih jauh Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mengatakan bahwa, “Persentase dari sisa penjualan setelah sebuah perusahaan membayar barangnya, juga disebut margin keuntungan kotor (*gross profit margin*).”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio margin laba kotor menurut Irham Fahmi (2015: 81):

$$\text{Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

d. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 81) *Net Profit Margin* adalah sebagai berikut:

“*Net Profit Margin* disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan. Mengenai profit margin ini Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mengatakan “1) Margin laba bersih sama dengan laba bersih dibagi dengan penjualan bersih. Ini menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan perolehan pada tingkat penjualan khusus. Dengan memeriksa margin laba dan norma industri sebuah perusahaan pada tahun-tahun sebelumnya, kita dapat menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri tersebut. 2) Margin laba kotor sama dengan laba kotor dibagi laba bersih. Margin laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik yang melebihi harga pokok penjualan.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio margin laba bersih menurut Irham Fahmi (2015: 81):

$$\text{Margin Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Berdasarkan uraian di atas terdapat istilah Laba Bersih dan Total Aset yang akan digunakan penulis sebagai komponen indikator dari pengukuran kinerja keuangan berikut adalah pengertian istilah di atas:

A. Laba Bersih

Hery (2013: 267) menyatakan bahwa laba bersih (*net income*) adalah laba operasi ditambah pendapatan non operasi (seperti pendapatan bunga), dikurangi biaya non operasi (seperti biaya bunga), dan dikurangi pajak penghasilan.

Menurut Harmono (2011: 231) pengertian laba bersih adalah sebagai berikut:

“Laba bersih adalah pendapatan operasi perusahaan setelah dikurangi biaya bunga dan pajak.”

Sedangkan menurut Arfan Ikhsan (2009: 71) pengertian laba bersih adalah sebagai berikut:

“Laba bersih adalah kenaikan dalam modal yang dihasilkan dari keuntungan operasi bisnis, hal ini merupakan eksese dari pendapatan di seluruh biaya-biaya dalam periode akuntansi.”

Kemudian Soemarso S.R., (2009: 234) menyatakan bahwa laba bersih adalah sebagai berikut:

“Laba bersih adalah selisih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian. Jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal.”

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa laba bersih adalah keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan atas kegiatan usahanya setelah dikurangi beban dan biaya-biaya yang digunakan untuk kegiatan usahanya.

B. Aset Tetap

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (2009: 16.2) pengertian aset tetap adalah aset berwujud yang:

1. Dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa, untuk tujuan administratif; dan
2. Diharapkan untuk digunakan selama satu periode.

Sedangkan menurut Martani, dkk (2012: 270) aset tetap adalah sebagai berikut:

“Aset tetap adalah aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi dan penyediaan barang dan jasa, untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif dan diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode.”

Kemudian menurut Baridwan (2008: 271) pengertian aset tetap adalah sebagai berikut:

“Aset-aset yang berwujud yang sifatnya relatif permanen digunakan dalam kegiatan perusahaan yang normal. Istilah permanen menunjukkan sifat dimana aset yang bersangkutan dapat digunakan dalam waktu yang relatif lama.”

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa aset tetap adalah aset yang masa manfaatnya lebih dari satu periode yang dapat digunakan

lebih lama dari aset yang lainnya, misalnya gedung, tanah, mesin, kendaraan dan lain-lain.

2.1.7 Nilai Perusahaan

2.1.7.1 Pengertian Saham

Saham (*stock*) merupakan tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Saham berwujud selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut (Darmadji dan Fakhrudin, 2012: 5).

Menurut Irham Fahmi (2015:94) pengertian saham adalah :

“Tanda bukti penyertaan kepemilikan modal/dana pada perusahaan kertas yang tercantum dengan nilai nominal, nama perusahaan dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya, persediaan yang siap untuk dijual.”

Menurut Tandelilin Eduardus (2010:81) pengertian saham sebagai berikut:

“Saham merupakan surat bukti kepemilikan atas aset-aset perusahaan yang menerbitkan saham. Dengan memiliki saham suatu perusahaan, maka investor akan mempunyai hak terhadap pendapatan dan kekayaan perusahaan, setelah dikurangi dengan pembayaran semua kewajiban perusahaan.”

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa saham adalah kertas yang merupakan surat bukti kepemilikan atas suatu perusahaan yang di dalamnya tercantum nilai nominal, nama perusahaan dan di ikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya.

2.1.7.2 Jenis Saham

Saham merupakan surat berharga yang paling populer dan dikenal luas di masyarakat. Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2012: 6), ada beberapa jenis saham yaitu:

1. Ditinjau dari segi kemampuan dalam hak tagih atau klaim, maka saham terbagi atas:
 - a. Saham biasa (*common stock*), yaitu merupakan saham yang menempatkan pemilikinya paling junior terhadap pembagian dividen, dan hak atas harta kekayaan perusahaan apabila perusahaan tersebut dilikuidasi.
 - b. Saham preferen (*preferred stock*), merupakan saham yang memiliki karakteristik gabungan antara obligasi dan saham biasa, karena bisa menghasilkan pendapatan tetap (seperti bunga obligasi), tetapi juga bisa tidak mendatangkan hasil seperti ini dikehendaki oleh investor.
2. Diliat dari cara pemeliharannya, saham dibedakan menjadi:
 - a. Saham atas unjuk (*bearer stock*) artinya saham tersebut tidak tertulis nama pemilikinya, agar mudah dipindahtangankan dari satu investor ke investor lain.
 - b. Saham atas nama (*registered stock*), merupakan saham yang ditulis dengan jelas siapa pemilikinya, dan dimana cara peralihannya harus melalui prosedur tertentu.
3. Ditinjau dari kinerja perdagangannya, maka saham dapat dikategorikan menjadi:
 - a. Saham unggulan (*blue-chip stock*), yaitu saham biasa dari suatu perusahaan yang memiliki reputasi tinggi, sebagai *leader* di industri sejenis, memiliki pendapatan yang stabil dan konsisten dalam membayar dividen.
 - b. Saham pendapatan (*income stock*), yaitu saham biasa dari suatu emiten yang memiliki kemampuan membayar dividen lebih tinggi dari rata-rata dividen yang dibayarkan pada tahun sebelumnya.
 - c. Saham pertumbuhan (*growth stock-well known*), yaitu saham-saham dari emiten yang memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi, sebagai *leader* di industri sejenis yang mempunyai reputasi tinggi. Selain itu terdapat juga *growth stock lesser known*, yaitu saham dari emiten yang tidak sebagai *leader* dalam industri namun memiliki ciri *growth stock*.
 - d. Saham spekulatif (*speculative stock*), yaitu saham suatu perusahaan yang tidak bisa secara konsisten memperoleh penghasilan yang tinggi di masa mendatang, meskipun belum pasti.
 - e. Saham siklikal (*counter cyclical stock*), yaitu saham yang tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi makro maupun situasi bisnis secara umum.

2.1.7.3 Harga Saham

Nia Kurnia (2015) mengemukakan harga saham merupakan harga penutupan pasar saham selama periode pengamatan untuk tiap-tiap jenis saham yang dijadikan sampel pergerakannya senantiasa diamati oleh para investor.

Saham menurut Sartono (2008: 70) adalah:

“Harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik. Sebaliknya, apabila kelebihan penawaran maka harga saham akan cenderung turun”.

Menurut Brigham dan Houston (2010:7) yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto harga saham adalah:

“Harga saham adalah harga saham menentukan kekayaan pemegang saham. Maksimalisasi kekayaan pemegang saham diterjemahkan menjadi memaksimalkan harga saham perusahaan. Harga saham pada satu waktu tertentu akan bergantung pada arus kas yang diharapkan diterima di masa depan oleh investor “rata-rata” jika investor membeli saham”.

Sedangkan menurut Jogiyanto (2008: 167) harga saham adalah:

“Harga suatu saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal.”

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga saham adalah harga yang terbentuk sesuai permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar jual beli saham dan biasanya merupakan harga penutupan.

2.1.7.4 Nilai yang Terkandung dalam Saham

Dalam penilaian saham dikenal adanya tiga jenis saham yaitu, nilai buku, nilai pasar, dan nilai intrinsik. Nilai saham dapat membantu investor dalam memilih saham untuk keputusan investasinya.

1. Nilai Buku

Menurut Jogiyanto (2013: 82), nilai buku saham per lembar saham menunjukkan aktiva bersih yang dimiliki oleh pemegang saham dengan memiliki satu lembar saham. Sedangkan menurut Martalena dan Malinda (2011: 57) nilai buku per lembar saham menunjukkan nilai aktiva bersih per lembar saham yang merupakan nilai ekuitas dibagi dengan jumlah lembar saham.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar atau harga pasar saham suatu perusahaan (emiten) adalah nilai pada suatu saham yang diperdagangkan dalam bursa efek. Menurut Jogiyanto (2013: 88), nilai pasar merupakan harga saham di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar. Nilai pasar ditentukan oleh tarik menarik antar permintaan dan penawaran saham bersangkutan di bursa efek.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan harga wajar saham yang mencerminkan harga saham yang sebenarnya. Nilai intrinsik ini merupakan nilai dari semua arus kas dimasa mendatang (Martalena dan Malinda, 2011: 57). Nilai intrinsik merupakan nilai yang diberikan oleh para investor terhadap setiap saham

yang diperdagangkan di bursa efek. Nilai wajar saham menjadi dasar bagi para investor untuk melakukan keputusan membeli, membeli dan menjual saham.

2.1.7.5 Pengertian Nilai Pasar Perusahaan

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2011: 233)

Menurut Farah Margaretha (2011:5)

“Nilai perusahaan adalah apabila perusahaan yang sudah *go public* tercermin dalam harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual (total aktiva dan prospek perusahaan, risiko usaha, dan lingkungan usaha dan lain-lain)”.

Menurut Sartono (2010:487) :

“ Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual di atas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu.”

Menurut Irham Fahmi (2015: 82):

“Rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.”

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah penilaian masyarakat/ investor terhadap perusahaan yang tercermin dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar modal.

2.1.7.6 Tujuan Memaximumkan Nilai Perusahaan

Menurut I Made Sudana (2011: 7) teori-teori di bidang keuangan memiliki satu fokus yaitu memaximumkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*wealth of the stareholders*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaximumkan nilai pasar perusahaan (*market value of firm*). Bagi perusahaan yang sudah *go public*, memaximumkan nilai perusahaan sama dengan memaximumkan harga pasar saham. Memaximumkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena:

1. Memaximumkan nilai perusahaan berarti memaximumkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham d masa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.
2. Mempertimbangkan faktor risiko,
3. Memaximumkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas daripada sekedar laba menurut pengertian akuntansi,
4. Memaximumkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

2.1.7.7 Pengukuran Nilai Pasar Perusahaan

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2011: 233). Dengan kata lain, nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Nilai

perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan terus meningkat. Jadi, semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham.

Nilai perusahaan juga dapat diukur dengan rasio nilai pasar. Rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Fahmi, 2015: 82).

Menurut Hanafi dan Halim (2012: 82) rasio pasar adalah sebagai berikut:

“Rasio ini mengukur harga pasar relatif terhadap nilai buku. Sudut pandang rasio lebih banyak berdasarkan pada sudut investor (atau calon investor), meskipun pihak manajemen juga berkepentingan terhadap rasio-rasio ini.”

Selanjutnya menurut Hery (2015: 166) rasio pasar adalah sebagai berikut:

“Rasio penilaian atau ukuran pasar merupakan rasio yang digunakan untuk mengestimasi nilai intrinsik perusahaan (nilai saham).”

Rasio nilai pasar menurut Fahmi (2015: 83) dapat diukur dengan cara sebagai berikut:

1. Pendapatan per lembar saham (*Earning per share*)

Earning per share (EPS) adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki. Adapun rumus *Earning per share* adalah:

$$\text{Pendapatan per lembar saham} = \frac{\text{Pendapatan setelah pajak (Earning After Tax)}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2. Rasio harga terhadap laba (*Price Earning Ratio*)

Price Earning Ratio (PER) adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar perlembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Bagi para investor semakin tinggi *price earning ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga semakin mengalami kenaikan.

Adapun rumus *price earning ratio* adalah:

$$\text{Rasio harga terhadap laba} = \frac{\text{Harga Pasar perlembar Saham}}{\text{Laba Bersih perlembar Saham}}$$

3. Harga Buku per Saham (*Book Value per Share*)

Adapun rumus *Book Value per Share* adalah:

$$\text{Book Value per Share} = \frac{\text{Total Modal Sendiri} - \text{Saham Istimewa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

4. Rasio harga terhadap nilai buku (*Price Book Value Ratio*)

Menurut Hery (2015: 145) pengertian *price book value* adalah :

“Rasio yang menunjukkan perbandingan hasil antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham.”

Menurut Brigham dan Gapenski dalam (Pantow, dkk, 2015) harga per nilai buku (*price book value*) adalah:

“Perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham. Dimana nilai buku per saham (*book value per share*) adalah perbandingan antara modal dengan jumlah saham yang beredar (*shares outstanding*).”

Sedangkan menurut Novita Sari (2013) dalam jurnalnya mendefinisikan *price book value* adalah:

“PBV adalah rasio yang digunakan untuk membandingkan nilai buku perusahaan dengan harga pasar saat ini. Nilai buku adalah istilah akuntansi yang menunjukkan bagian dari perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan kata lain, total aset berwujud perusahaan dikurangi total kewajibannya.”

Adapun rumus *Price Book Value Ratio* (PBV) adalah:

$$\text{Price Book Value Ratio} = \frac{\text{Harga Pasar perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku perlembar Saham}}$$

5. Hasil Saham (*Divident Yield*)

Adapun rumus *Divident Yield* atau hasil saham adalah sebagai berikut:

$$\text{Divident Yield} = \frac{\text{Dividen perlembar Saham}}{\text{Harga Pasar perlembar Saham}}$$

6. Pembayaran Dividen (*Divident Payout Ratio*)

Adapun rumus *Divident Payout Ratio* adalah:

$$\text{Divident Payout Ratio} = \frac{\text{Dividen perlembar Saham}}{\text{Laba Bersih perlembar Saham}}$$

Selain dengan menggunakan rasio nilai pasar, pengukuran lain yang digunakan sebagai parameter untuk mengukur nilai perusahaan adalah Tobin's Q.

Tobin's Q adalah salah satu rasio pasar yang digunakan untuk membandingkan nilai pasar saham perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai buku ekuitas perusahaan atau nilai penggantian aset perusahaan (Sianturi, 2015).

Menurut Chung dan Pruitt (1994) dalam Sudiyanto dan Puspitasari (2010), formulasi rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{MVS} + \text{D})}{\text{TA}}$$

Dimana:

MVS = *Market value of all outstanding shares.*

D = *Debt*

TA = *Firm's Asset's*

Market value of all outstanding shares (MVS) merupakan nilai pasar saham yang diperoleh dari perkalian jumlah saham yang beredar dengan harga saham (*Outstanding Shares*Stock Price*). *Debt* merupakan besarnya nilai pasar hutang, dimana nilai ini dapat dihitung dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$D = (\text{AVCL} - \text{AVCA}) + \text{AVLTD}$$

Dimana:

AVCL = *Accounting value of the firm's Current Liabilities*

= *Short Term Debt + Taxes Payable*

AVLTD = *Accounting value of the firm's Long Term Debt.*

= *Long Term Debt*

AVCA = *Accounting value of the firm's Current Assets.*

Berdasarkan uraian di atas terdapat istilah Harga Pasar per Lembar Saham dan Nilai Buku per Lembar Saham yang akan digunakan penulis sebagai komponen indikator dari pengukuran nilai pasar perusahaan berikut adalah pengertian istilah di atas:

A. Harga Pasar per Lembar Saham

Menurut Rusdin (2006) harga pasar adalah sebagai berikut:

“Harga pasar merupakan harga yang paling mudah di tentukan karena harga pasar merupakan harga suatu saham pada dasar yang sedang berlangsung. Apabila pasar suatu efek sudah tutup maka harga pasar saham adalah harga penutupannya (*closing price*). Jadi harga pasar inilah yang menyatakan naik turunnya suatu saham.”

Sedangkan Weston dan Brigham (1993) dalam Indarti dan Purba (2011) menyatakan bahwa:

“Harga pasar saham adalah nilai pasar sekuritas yang dapat diperoleh investor apabila investor menjual atau membeli saham, yang ditentukan berdasarkan harga penutupan atau closing price di bursa pada hari yang bersangkutan. Jadi, harga penutupan atau closing price merupakan harga saham terakhir kali pada saat berpindah tangan di akhir perdagangan.

Kemudian menurut Sartono (2008: 70) adalah sebagai berikut:

“Harga pasar saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran”

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga pasar per lembar saham adalah harga yang terbentuk atas dasar permintaan dan penawaran investor dan apabila pasar modal sudah ditutup maka harga pasar sahamnya adalah harga saham saat penutupan.

B. Nilai Buku per Lembar Saham

Menurut Hutami (2012) nilai buku perlembar saham adalah sebagai berikut:

“Nilai buku per lembar saham adalah nilai aktiva bersih yang dimiliki oleh pemegang saham dengan memiliki satu lembar saham.”

Menurut Jogiyanto (2014:154) nilai buku per lembar saham adalah :

“Nilai buku (*book value*) per lembar saham menunjukkan aktiva bersih (*net assets*) yang telah dimiliki oleh pemegang saham dengan memiliki satu lembar saham. Karena aktiva bersih adalah sama dengan total ekuitas pemegang saham, maka nilai buku per lembar saham adalah total ekuitas dibagi dengan jumlah saham yang beredar.”

Menurut Wild dan Subramanyam (2007: 233) nilai buku perlembar saham adalah sebagai berikut:

“Nilai buku per lembar saham (*Book value per share*) adalah angka per lembar saham yang berasal dari likuidasi perusahaan pada jumlah yang dilaporkan dalam neraca. Nilai buku (*book value*) merupakan istilah konvensional yang mengacu kepada nilai aktiva bersih yaitu total aktiva dikurangi dengan klaim terhadapnya.”

Menurut beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa nilai buku per lembar saham adalah nilai aktiva bersih yang dimiliki pemegang saham yang dapat diketahui dengan membagi total ekuitas dengan saham yang beredar.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penyusunan paradigma penelitian dalam skripsi mengenai konsep yang diangkat penulis yang berisi tentang variabel bebas (*independen*), baik tunggal maupun jamak dalam kaitannya dengan variabel terikat (*dependen*). Sehingga hasil interpretasi variabel bebas (X) dapat mempengaruhi nilai variabel terikat (Y), perubahan nilai variabel *dependen* dimaksudkan agar dapat menemui titik cerah bagi peneliti sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat.

2.2.1 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Solikhah, dkk. (2010) dalam Gany dan Nugrahanti (2015) menyatakan perusahaan yang mampu mengelola sumber daya intelektualnya diyakini mampu menciptakan *value added* serta mampu menciptakan *competitive advantage* dengan melakukan inovasi, penelitian dan pengembangan yang akan bermuara terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Sejalan dengan pemikiran Barney (2001) dalam Wijayani (2017):

“Mengkategorikan jenis sumber daya yaitu modal sumber daya fisik (teknologi, pabrik, dan peralatan), modal sumber daya manusia (pelatihan, pengalaman, wawasan), dan modal sumber daya organisasi (struktur formal). *Intellectual Capital* (IC) memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya yang unik untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.”

Sedangkan Wijayani (2017) dalam jurnalnya menyatakan:

“*Intellectual Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Kondisi ini terjadi karena *intellectual capital* merupakan kekayaan intelektual yang berpusat pada sumber daya manusia yang berfungsi meningkatkan daya saing sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan. Jika kemampuan sumber daya manusia semakin baik, maka diharapkan akan menghasilkan kinerja yang baik bagi perusahaan, sehingga profitabilitas *Return On Asset* semakin meningkat.”

Kemudian berdasarkan *Resource-Based Theory* disimpulkan bahwa:

“*Intellectual Capital* (IC) memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya unik yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga dapat menciptakan nilai bagi perusahaan, dan dapat digunakan untuk menyusun dan menerapkan strategi sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan menjadi semakin baik.”

Selanjutnya Pratama dan Achmad (2015) menyatakan bahwa:

“Dengan adanya konsep *Intellectual Capital* maka perusahaan akan mampu menghasilkan keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang baik. Menurut *Research Based Theory* maka konsep *Intellectual Capital* akan memicu kinerja perusahaan semakin baik. Hal yang paling nyata dalam mengukurnya adalah laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin tinggi *Intellectual Capital* tersebut berarti semakin tinggi pendayagunaan perusahaan dalam menghasilkan laba.”

Semakin baik perusahaan dalam mengelola komponen *Intellectual Capital* maka akan membawa pengaruh terhadap aset perusahaan. Dalam hal ini maka perusahaan akan mengelola aset yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA). Semakin tinggi *Intellectual Capital* (VAICTM) maka laba semakin meningkat, yang membuat nilai ROA menjadi meningkat. Dengan demikian *Intellectual Capital* akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan dan telah dibuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap ROA (Chen *et al*, 2005; Abdolmohammadi, 2005) dalam Pratama dan Achmad (2015). Semakin tinggi kinerja IC, maka akan semakin baik kinerja keuangan. Perusahaan yang memiliki kinerja IC yang baik, diyakini mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara efisien (Ulum, 2017: 203)

2.2.2 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Nilai pasar sering jauh lebih tinggi dari nilai buku. Salah satu penjelasan adanya selisih tersebut adalah IC perusahaan yang tidak dilaporkan dalam laporan keuangan. Semakin baik kinerja IC maka akan semakin positif pasar menilai perusahaan (Ulum, 2017: 220)

Seperti pernyataan Gozali dan Saerce (2014):

“*Intellectual Capital* yang terdapat di dalam perusahaan harus dapat dikelola oleh perusahaan, karena dapat mempengaruhi nilai pasar perusahaan. Investasi yang utama adalah investasi dalam pengembangan sistem perusahaan dan pengendalian internal. Berikutnya, investasi dalam penelitian *human capital* juga merupakan suatu investasi yang penting dan memiliki nilai ekonomi bagi perusahaan karena dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.”

Selanjutnya Yuskar dan Novita (2014) mengatakan bahwa:

“*Intellectual Capital* merupakan sumber daya perusahaan yang memiliki peranan penting sama seperti *physical capital* dan *financial capital*. Oleh sebab itu, *intellectual capital* dapat dijadikan sebagai strategi kompetitif yang unik untuk persaingan bisnis sehingga akan tercipta nilai perusahaan.”

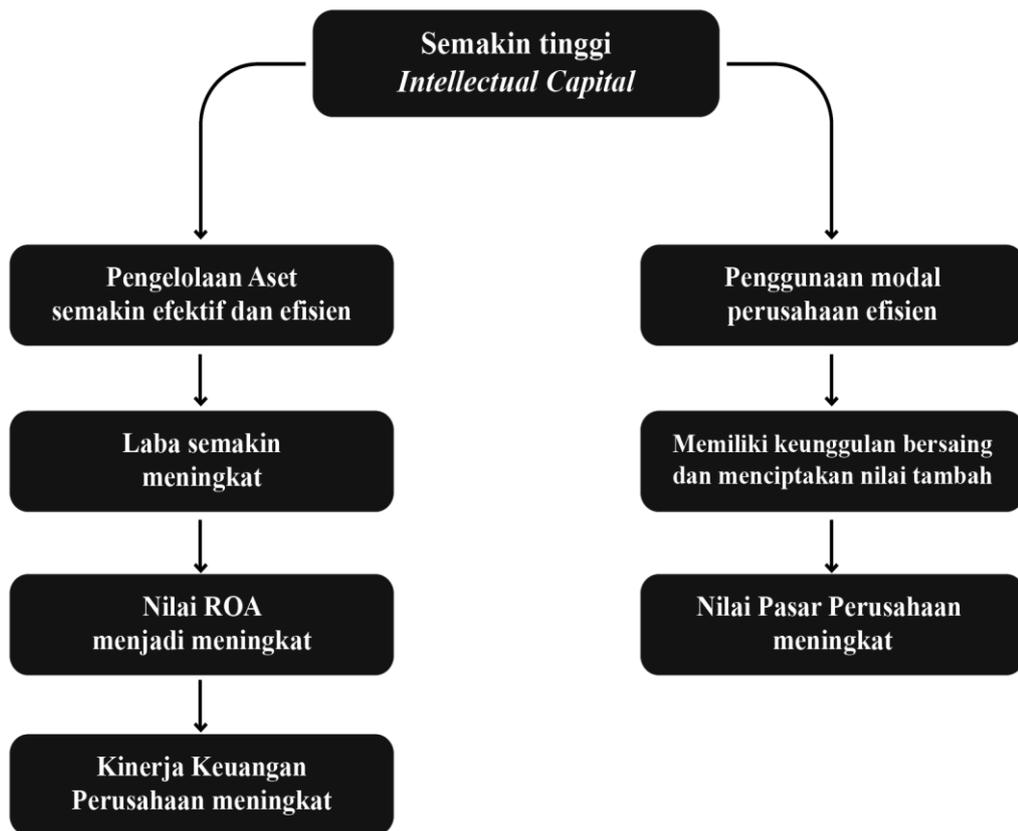
Kemudian Nurdinia (2013) yang mengulas tentang *intellectual capital* yang diukur dengan VAICTTM terhadap nilai perusahaan menyatakan bahwa:

“Semakin besar VAICTTM maka semakin efisien penggunaan modal perusahaan sehingga menciptakan *value added* bagi perusahaan (Appuhami, 2007). Ini menunjukkan pentingnya *intellectual capital* bagi perusahaan agar investor tertarik untuk berinvestasi. Jadi, jika *intellectual capital* perusahaan tinggi, maka nilai perusahaan juga tinggi, sehingga dapat menarik perhatian investor untuk berinvestasi karena investor memberi nilai yang tinggi pada perusahaan.”

Modal intelektual dipercaya mampu memberikan kontribusi dalam peningkatan nilai perusahaan (Sunarsih dan Mendra, 2012). Investor akan memberikan nilai lebih tinggi pada perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang rendah. Nilai yang diberikan oleh investor kepada perusahaan tersebut akan tercermin dalam harga saham perusahaan (Chen *et al.*, 2005) dalam Widarjo (2011). Hal ini berarti, secara tidak langsung modal intelektual telah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai

perusahaan. Semakin tinggi modal intelektual di dalam suatu perusahaan, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki keunggulan bersaing dan nilai tambah dibandingkan perusahaan yang memiliki modal intelektual yang rendah (Marfuah dan Rahman, 2013)

Adapun Gambar kerangka pemikiran dari uraian di atas adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1. *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
- H2. *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar perusahaan