

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Intellectual Capital*

Definisi *intellectual capital* menurut Soetedjo dan Mursida (2014) merupakan “Materi intelektual – pengetahuan, informasi, hak pemilikan intelektual, pengalaman – yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan.” *IC* telah banyak didefinisikan oleh peneliti/penulis. Asiah (2014) mengatakan bahwa “*Intellectual capital* adalah suatu aset tidak berwujud dengan kemampuan memberi nilai kepada perusahaan dan masyarakat meliputi paten, hak atas kekayaan intelektual, hak cipta dan waralaba.”

Ulum (2009:20) menyatakan bahwa:

“IC includes all the processes and the assets which are not normally shown on the balance-sheet and all the intangible assets (trademarks, patent and brands) which modern accounting method consider...”

Ulum (2009:20) memberikan definisi awal atas *intellectual capital* yang menyatakan bahwa *intellectual capital* adalah “material yang telah disusun, ditangkap dan digunakan untuk menghasilkan nilai aset yang lebih tinggi.” Salah satu definisi *IC* yang banyak digunakan adalah yang ditawarkan oleh *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD) yang menjelaskan *IC* sebagai nilai ekonomi dari dua kategori aset tidak berwujud: (1) *organizational (structural) capital* dan (2) *human capital*. Lebih tepatnya,

organizational (structural) capital mengacu pada hal distribusi dan rantai pasokan. *Human capital* meliputi sumber daya manusia di dalam organisasi (yaitu sumber daya tenaga kerja/karyawan) dan sumber daya eksternal yang berkaitan dengan organisasi, seperti konsumen dan *supplier* (Ulum, 2009:21). Lebih lanjut Ulum (2009:21) mengatakan bahwa definisi yang diajukan *OECD* menyajikan cukup perbedaan dengan meletakkan *IC* sebagai bagian terpisah dari dasar penetapan *intangible asset* secara keseluruhan suatu perusahaan. Dengan demikian terdapat item-item *intangible asset* yang secara logika tidak membentuk bagian dari *IC* suatu perusahaan. Salah satunya adalah reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan mungkin merupakan hasil sampingan (atau suatu akibat) dari penggunaan *IC* secara bijak dalam hasil perusahaan, tapi itu bukan merupakan bagian *IC*.

Beberapa definisi *intellectual capital* yang disajikan Bontis, Chong Keow dan Richardson (2000) adalah sebagai berikut :

- a. “*Intellectual capital* bersifat *elusive*, tetapi sekali ditemukan dan dieksploitasi akan memberikan organisasi basis sumber baru untuk berkompetisi dan menang
- b. *Intellectual capital* adalah istilah yang diberikan untuk mengkombinasikan *intangible asset* dari pasar, *intellectual property*, infrastruktur dan pusat manusia yang menjadikan suatu perusahaan dapat berfungsi
- c. *Intellectual capital* adalah materi intelektual (pengetahuan, informasi, *intellectual property*, pengalaman) yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. Ini adalah suatu kekuatan akal kolektif atau seperangkat pengetahuan yang berdaya guna
- d. *Intellectual capital* adalah pengejaran penggunaan efektif dari pengetahuan (produk jadi) sebagaimana berposisi terhadap informasi (bahan mentah)
- e. *Intellectual capital* dianggap sebagai suatu elemen nilai pasar perusahaan dan juga *market premium*”

Modal intelektual dapat dipandang sebagai pengetahuan, dalam pembentukan, kekayaan intelektual dan pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. *Intellectual capital* tidak hanya berupa *goodwill* ataupun paten seperti yang sering dilaporkan dalam neraca. Kompetensi karyawan, hubungan dengan pelanggan, penciptaan inovasi, sistem komputer dan administrasi, hingga kemampuan atas penguasaan teknologi juga merupakan bagian dari *intellectual capital* (Soetedjo dan Mursida, 2014). Lebih lanjut, Ulum (2009:21) mengidentifikasikan IC sebagai nilai yang tersembunyi (*hidden value*) dari bisnis. Terminologi “tersembunyi” disini digunakan untuk dua hal yang berhubungan. Pertama, IC khususnya aset intelektual atau aset pengetahuan adalah aset tidak terlihat secara umum seperti layaknya aset tradisional dan kedua, aset semacam itu biasanya tidak terlihat pula pada laporan keuangan. Asiah (2014) memberikan definisi bahwa “*Intellectual Capital* adalah suatu aset tidak berwujud dengan kemampuan member nilai kepada perusahaan dan masyarakat meliputi paten, hak atas kekayaan intelektual cipta dan waralaba.” Sedangkan Wahyudi (2014) secara ringkas mewacanakan modal intelektual sebagai kapabilitas organisasi untuk menciptakan, melakukan transfer, dan mengimplementasikan pengetahuan. Definsi lain dijelaskan oleh Basuki dan Sianipar (2012) yaitu:

“a) *Intellectual Capital is the sum of everything everybody in a company knows that gives it a competitive edge; b) Intellectual Capital is intellectual material- knowledge, information, intellectual property, experience – that can be put together to create wealth.*”

Para peneliti memberikan definisi yang beragam tentang *intellectual capital*. Beberapa perbandingan pengertian tentang konsep IC yang dikemukakan oleh Bontis *et al* (2000) akan dirangkum dalam tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1
Perbandingan Konsep *Intellectual Capital* Menurut Beberapa Ahli

Brooking (UK)	Roos (UK)	Stewart (USA)	Bontis (Canada)
<i>Human-centered assets</i> Skills, abilities and expertise, problemsolving abilities and leadership styles	<i>Human capital</i> Competence, attitude, and intellectual agility	<i>Human capital</i> Employees are an organisation's most important asset	<i>Human capital</i> The individual level knowledge that each employee possesses
<i>Infrastructure assets</i> All the technologies, processes and methodologies that enable company to function	<i>Organisational capital</i> All organizational, innovation, processes, intellectual property, and cultural assets	<i>Structural capital</i> Knowledge embedded in information technology	<i>Structural capital</i> Non-human assets or organizational capabilities used to meet market requirements
<i>Intellectual property</i> Know-how, trademarks and patents	<i>Renewal and development capital</i> New patents and training efforts	<i>Structural capital</i> All patents, plans and trademarks	<i>Intellectual property</i> Unlike, IC, IP is a protected asset and has a legal definition
<i>Market assets</i> Brands, customers, customer loyalty and distribution channels	<i>Relational capital</i> Relationship which include internal and external stakeholders	<i>Customer capital</i> Market information used to capture and retain customers	<i>Relational capital</i> Customer capital is only one feature of the knowledge embedded in organizational relationships

Sumber: Bontis *et al* (2000)

Berdasarkan tabel di atas, Bontis *et al* (2000) menyatakan bahwa keempat penulis menekankan pentingnya sumber daya manusia. Brooking merasa bahwa keterampilan manajerial dan gaya kepemimpinan merupakan komponen penting

dalam *human capital*. Brooking juga menunjukkan bahwa *structural capital* dibagi menjadi dua komponen yaitu aset infrastruktur dan *intellectual property*. Yang termasuk dalam aset infrastruktur yaitu teknologi serta semua proses yang memungkinkan perusahaan berfungsi. Sedangkan Roos menambahkan pentingnya budaya. Akan tetapi, Bontis *et al* (2000) mengatakan bahwa *intellectual property* tidak termasuk dalam komponen *intellectual capital* karena audit *intellectual property* bukan merupakan suatu gagasan baru dan *intellectual property* merupakan aset yang dilindungi dan memiliki definisi hukum (tidak seperti komponen *intellectual capital* lainnya).

Perbandingan pengertian tentang konsep IC lain yang dikemukakan oleh Ritonga dan Andriyane (2011) akan dirangkum dalam tabel 2.2 berikut.

Tabel 2.2
Pendapat Para Ahli Mengenai Modal Intelektual

Tjakraatmadja	Brooking dan Motta	Stewart
Pengetahuan Teknologi	Manusia Proses Pelanggan	<i>Structural capital</i> <i>Costumer capital</i>
Bontis <i>et. al</i>	Sveiby	Hartanto
<i>Human capital</i> <i>Structural capital</i>	<i>Transferring knowledge</i> <i>Intangible asset</i>	Modal manusia Modal kredibilitas Modal sosial
Ulrich	Black dan Boal	Thomas
Kompetensi Komitmen	Dukungan Disiplin Komitmen Kepercayaan	Pembelajaran Kompetensi inti

Sumber: Ritonga dan Andriyane (2011)

2.1.2 Teori Pendukung *Intellectual Capital*

1. *Stakeholder Theory*

Istilah *stakeholder* yang paling sering dikutip yaitu definisi Ulum (2009:4) yang menyatakan bahwa *stakeholder* adalah:

“any identifiable group or individual who can affect the achievement of an organization’s objectives, or is affected by the achievement of an organization’s objectives.”

Sedangkan menurut Wahyudi (2014), Teori *Stakeholder* mengatakan bahwa:

“antara pihak manajemen atau perusahaan dengan stakeholder harus menjalin hubungan yang baik dalam bentuk apapun. Manajemen perusahaan diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh stakeholder dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada stakeholder sebagai bentuk tanggungjawab.”

Berdasarkan teori *stakeholder*, manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* mereka dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada *stakeholder*. Teori ini menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka (sebagai contoh melalui polusi, *sponsorship*, inisiatif pengamanan dan lain-lain), bahkan ketika mereka memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan ketika mereka tidak dapat secara langsung memainkan peran yang konstruktif dalam kelangsungan hidup organisasi (Ulum, 2009).

Lebih lanjut Ulum (2006) menyatakan bahwa teori *stakeholder* menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau

ekonomi sederhana. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder*. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Namun demikian, tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktifitas-aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*. Pada kenyataannya, inti keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka. Investor menginginkan *return* yang tercermin dalam laba akuntansi merupakan suatu alat ukur yang tepat dan akurat sehingga perlu adanya keakuratan dalam penciptaan *return* (Suhendah, 2012) . Keakuratan *value added* dan *return* dalam pengukuran kinerja menambah kekuatan teori *stakeholders*.

2. Teori Resource Based

Resource-based theory dipelopori oleh Penrose yang mengemukakan bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen, tidak homogen, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap perusahaan (Astuti dan Sabeni, 2005). Halawi *et al.*, (2005) memberikan definisi tentang *Resource-based theory* bahwa:

“*Resource-based theory* memperlakukan perusahaan sebagai *potential creators* terhadap kemampuan nilai tambah, dan kompetensi dasar organisasi yang melibatkan aset tetap dan sumber daya perusahaan dari perspektif yang berbasis pengetahuan”.

Pengertian lain yang diberikan oleh Asiah (2014) yaitu “*Resource-based theory* difokuskan pada ide atribut-atribut perusahaan yang sangat mahal untuk ditiru sebagai sumber-sumber *return* bisnis dan sebagai cara-cara untuk mencapai kinerja yang handal serta keunggulan bersaing.” Sedangkan definisi yang dijelaskan oleh Suhendah (2012) yaitu:

“*Resource-based theory* menjelaskan tiga jenis sumber daya yaitu sumber daya fisik berupa pabrik, teknologi, peralatan, lokasi geografis, sumber daya manusia berupa pengalaman, pengetahuan pegawai, dan sumber daya organisasional berupa struktur dan sistem perencanaan, pengawasan, pengendalian, serta hubungan sosial antar organisasi dengan lingkungan eksternal”.

Resources Based Theory membahas mengenai sumber daya yang dimiliki perusahaan dan bagaimana perusahaan tersebut dapat mengolah dan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya (Yudha dan Nasir, 2012). Sumber daya sebuah perusahaan terdiri dari semua aset baik yang berwujud maupun tidak berwujud, *human* dan *non human* yang dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan dan menggunakannya dalam strategi penciptaan nilai (Halawi *et al.*, 2005). Sumber daya yang unik dan kemampuan perusahaan memiliki berbagai macam nama, misalnya kompetensi yang khas, kompetensi inti, aset tak terlihat, kemampuan inti, kemampuan internal, pengetahuan tertanam, budaya perusahaan, dan kombinasi unik dari pengalaman bisnis (Halawi *et al.*, 2005). Sumber daya dan kemampuan perusahaan yang berharga, berbeda, tidak mudah ditiru dan tidak

tergantikan merupakan kompetensi unik atau inti perusahaan sehingga dapat mempertahankan keunggulan kompetitif (Halawi *et al.*, 2005).

3. Teori *Human Capital*

Human capital theory dikembangkan oleh Becker yang mengemukakan bahwa investasi dalam pelatihan dan untuk meningkatkan *human capital* adalah penting sebagai suatu investasi dari bentuk-bentuk modal lainnya (Astuti dan Sabeni, 2005).

Lebih lanjut Astuti dan Sabeni (2005) menyatakan bahwa tindakan strategis membutuhkan seperangkat sumber daya fisik, keuangan, human atau organisasional khusus, sehingga keunggulan kompetitif ditentukan oleh kemampuannya untuk memperoleh dan mempertahankan sumber daya. Partiwi (2004) mengemukakan bahwa investasi dalam pelatihan untuk meningkatkan *human capital* adalah penting sebagai suatu investasi dari bentuk-bentuk modal lainnya. *Skill*, pengalaman dan pengetahuan memiliki nilai ekonomi bagi organisasi karena hal tersebut memungkinkan untuk produktif dan dapat beradaptasi. *Skill*, pengetahuan dan kesehatan tidak hanya menguntungkan bagi seorang individu, namun juga akan meningkatkan sumber daya bagi pengusaha dan suatu bangsa serta produktivitas potensial. Seperti aset-aset lain pada umumnya, *human capital* secara penuh dapat direalisasikan hanya dengan kerjasama tiap-tiap individu. Sehingga peningkatan produktivitas dari setiap pegawai atau *human capital* memerlukan biaya investasi pada *human capital* yang

berkaitan dengan pemotivasian, pengawasan, dan mempertahankan pegawai dalam mengantisipasi return di masa mendatang (Suhendah, 2012).

Dalam peningkatan produktivitas dan antisipasi *return* terdapat faktor-faktor penting seperti kondisi pasar, serikat kerja, strategi-strategi bisnis dan teknologi yang dapat mempengaruhi biaya berkaitan dengan pengelolaan sumber daya manusia (Suhendah, 2012).

4. Teori *Resource- Dependence*

Resource-dependence theory dikemukakan oleh Pfeffer dan Salancik yang memfokuskan terutama pada hubungan simbiotik antara organisasi dan sumber daya lingkungannya. Lebih lanjut Suhendah (2012) memberikan definisi sebagai berikut:

“*Resource-dependence theory* memiliki perspektif mengenai pekerjaan *entrepreneurship*, seperti *venture capitalist*, *regulator*, dan konsumen utama yang digambarkan sebagai pembentuk perusahaan dan *outcomes* melalui pengendalian dari berbagai sumber daya penting. Teori ini memandang sumber daya perusahaan sebagai hal yang melekat yang tidak dapat secara cepat ditambah atau dihilangkan.”

Suatu perusahaan merespon dan menjadi tergantung terhadap pelaku, organisasi atau perusahaan lain dimana pengendalian sumber daya secara kritis ditujukan ke operasi, dan dimana perusahaan telah membatasi pengendaliannya (Astuti dan Sabeni, 2005).

2.1.3 Komponen *Intellectual Capital*

Pada umumnya, para peneliti mengidentifikasikan komponen *IC* menjadi tiga bagian meliputi *human capital*, *structural (organizational) capital* dan *costumer (relational) capital*. Sedangkan Ulum (2009) mengklasifikasikan *intellectual capital* dalam tiga kategori yaitu *organizational capital*, *relational capital* dan *human capital*. *Organizational capital* meliputi *intellectual property* dan *infrastructure aseets*. Pengklasifikasian *intellectual capital* akan disajikan dalam tabel 2.3 berikut ini.

Tabel 2.3
Klasifikasi *Intellectual Capital*

<i>Organizational Capital</i>	<i>Relational Capital</i>	<i>Human Capital</i>
<i>Intellectual property</i> • Paten • <i>Copyrights</i> • <i>design rights</i> • <i>trade secrets</i> • <i>trademarks</i> • <i>service marks</i> <i>Infrastructure assets</i> • filosofi manajemen • budaya perusahaan • sistem informasi • sistem jaringan • hubungan keuangan	• <i>brand</i> • konsumen • loyalitas konsumen • nama perusahaan • <i>backlog orders</i> • jaringan distribusi • kolaborasi bisnis • kesepakatan lisensi • kontrak-kontrak yang mendukung • kesepakatan <i>franchise</i>	• <i>know-how</i> • pendidikan • <i>vocational qualification</i> • pekerjaan dihubungkan dengan pengetahuan • penilaian <i>psychometric</i> • pekerjaan dihubungkan dengan kompetensi • semangat <i>entrepreneurial</i>, jiwa inovatif, kemampuan proaktif dan reaktif, kemampuan untuk berubah

Sumber : Astuti dan Sabeni (2005)

1. *Human Capital*

Menurut Ritonga dan Andriyane (2011) sumber daya manusia (*human capital*) memainkan peranan yang sangat penting dalam suatu organisasi.

Karena manusia dalam konteks manajemen adalah sebagai sumber pengetahuan, inovasi, dan pembaharuan. Lebih lanjut Ritonga dan Andriyanie (2011) mengatakan bahwa “*Human capital* adalah kemampuan individual yang dibutuhkan organisasi dalam memecahkan masalah yang dihadapi.” Modal manusia merupakan sekumpulan dari *intangible resources* yang berada di sekitar anggota organisasi. Untuk organisasi bisnis yang berbasis pengetahuan diperlukan dua hal yaitu kompetensi dan komitmen

Sedangkan menurut Suhendah (2012) “*Human capital* merupakan sumber inovasi dan perbaikan (*improvement*) dalam suatu organisasi, namun menjadi suatu unsur yang sukar diukur.” Definisi yang dijelaskan oleh Astuti dan Sabeni (2005) mengenai *human capital* yaitu:

“*Human capital* merupakan pengetahuan, *skill*, dan pengalaman yang dibawa pegawai ketika meninggalkan perusahaan yang meliputi pengetahuan individu suatu organisasi yang ada pada pegawainya yang dihasilkan melalui kompetensi, sikap dan kecerdasan intelektual.”

Bontis *et al* (2000) berpendapat bahwa karyawan menghasilkan *IC* melalui kompetensi mereka, sikap mereka dan kelincahan intelektual yang dimiliki. Kompetensi meliputi keterampilan dan pendidikan, sedangkan sikap menunjukkan bagaimana perilaku karyawan bekerja. Kelincahan intelektual memungkinkan seseorang untuk mengubah praktek dan memikirkan solusi inovatif untuk masalah.

Demikian pula, Bontis *et al* (2000) mendefinisikan modal manusia sebagai “Kombinasi dari: keturunan genetik, pendidikan, pengalaman, dan cara menyikapi hidup dan bisnis.” Lebih lanjut Asiah (2014) menyatakan bahwa:

“Human capital merupakan sumber daya manusia strategis yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan yang dapat digunakan sebagai tolak ukur bagi keberhasilan bisnis perusahaan karena sumber daya manusia juga dapat dikatakan sebagai aset perusahaan.”

Human capital merupakan aktiva tak berwujud yang dimiliki perusahaan dalam bentuk kemampuan intelektual, kreativitas dan inovasi-inovasi yang dimiliki oleh karyawannya. Pada industri yang berbasis pada pengetahuan, *human capital* merupakan faktor utama karena sumber daya ini merupakan *cost* yang dominan dalam proses produksi perusahaan, sehingga kita bisa katakan bila seluruh pegawai dalam perusahaan tersebut keluar maka perusahaan tersebut tidak lagi memiliki nilai. Sumber daya manusia inilah yang nantinya akan mendukung terciptanya modal struktural dan modal konsumen yang merupakan inti dari modal intelektual (Widiyaningrum, 2004).

2. *Structural Capital*

Menurut Suhendah (2012) *“Structural capital* merupakan pengetahuan yang tetap berada dalam perusahaan.” Lebih lanjut Artinah (2011) menyatakan bahwa:

“Structural capital adalah membangun sistem seperti *database* yang memungkinkan orang-orang dapat saling berhubungan dan belajar satu sama lain, sehingga menumbuhkan sinergi karena adanya kemudahan berbagi pengetahuan dan bekerja sama antar individu dalam organisasi dan semua hal selain manusia yang berasal dari pengetahuan yang berada dalam suatu organisasi termasuk struktur organisasi, petunjuk proses, strategi, rutinitas, *software*, *hardware* dan semua hal yang nilainya terhadap perusahaan lebih tinggi daripada nilai materialnya.”

Suhendah (2012) mengatakan bahwa *structural capital* timbul dari proses dan nilai organisasi yang mencerminkan fokus internal dan eksternal perusahaan disertai pengembangan dan pembaharuan nilai untuk masa depan.

Sedangkan definisi menurut Bontis (2000) adalah:

“*Structural capital* adalah sarana dan prasarana yang mendukung karyawan untuk menciptakan kinerja yang optimum, meliputi kemampuan organisasi menjangkau pasar, *hardware*, *software*, *database*, struktur organisasi, *patent*, *trademark* dan segala kemampuan organisasi untuk mendukung produktivitas karyawan.”

Menurut Bontis (2000), jika suatu perusahaan memiliki sistem dan prosedur yang lemah untuk mengetahui setiap tindakan dalam perusahaan, *intellectual capital* tidak akan berpotensi secara sepenuhnya. Perusahaan dengan *structural capital* yang kuat akan memiliki budaya yang mendukung dimana setiap orang diizinkan untuk mencoba hal baru, untuk dipelajari dan untuk gagal.

3. *Costumer Capital*

Menurut Suhendah (2012) “*Customer capital* adalah pengetahuan dari rangkaian pasar, pelanggan, pemasok, pemerintah dan asosiasi industri.” Modal relasi dengan pelanggan dapat tercipta melalui pengetahuan karyawan yang diproses dengan modal struktural yang memberikan hasil hubungan baik dengan pihak luar. Interaksi ketiga komponen *intellectual capital* akan menciptakan nilai perusahaan secara keseluruhan. *Customer capital* merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai yang nyata bagi perusahaan dengan menciptakan suatu hubungan atau relasi yang

harmonis dengan para mitranya atau bagian di luar lingkungan perusahaan. *Customer capital* terdiri dari hubungan perusahaan dengan *stakeholders* yang meliputi hubungan antara perusahaan dengan konsumen, pemasok, kreditor , dan investor (Suhendah, 2012).

Santosa dan Setiawan (2007) menjelaskan bahwa “Modal Pelanggan adalah yang paling nyata dari ketiga jenis modal intelektual.” Fungsinya adalah menjembatani modal manusia agar mampu menciptakan hubungan yang positif dengan konsumen, pasar, dan lembaga-lembaga tertentu. Contohnya: loyalitas konsumen, kekuatan *brand*, kepuasan pelanggan, hubungan dengan konsumen, logo, hubungan dengan pemerintah, jaringan distribusi dan pemasaran, hak lisensi, hak distribusi, hubungan dengan rekanan, hubungan dengan perguruan tinggi dan lembaga riset. Santosa dan Setiawan (2007) mengatakan bahwa “*Customer capital* atau modal pelanggan adalah hubungan organisasi dengan orang-orang yang berbisnis dengan organisasi tersebut.” Saint-Onge memberi definisi *customer capital* sebagai kedalaman (penetrasi), kelebaran (cakupan), dan keterkaitan (loyalti) dari perusahaan. Edvinsson menambahkan *customer capital* adalah kecenderungan pelanggan suatu perusahaan untuk tetap melakukan bisnis dengan perusahaan.

Bontis *et al* (2000) juga mengatakan bahwa karya terbaru dalam rantai keuntungan layanan telah menekankan hubungan kausal antara kepuasan karyawan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan dan kinerja keuangan. Misalnya, kita tahu bahwa pengiriman cepat memuaskan pelanggan. Kita juga tahu bahwa perusahaan sering mengalami kesulitan dalam mempertahankan

karyawan karena mereka belum menempatkan cukup waktu dan energi untuk memastikan bahwa misi dan nilai-nilai yang dimiliki perusahaan merupakan kewajiban bersama. Penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat diprediksi dengan mengukur loyalitas karyawan. Studi ini memberikan bukti lebih lanjut tentang pentingnya modal pelanggan sebagai unit keseluruhan organisasi IC.

2.1.4 Model Pulic

Suhendah (2012) mengatakan bahwa Pulic mengembangkan metode VAIC™ yang didisain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari harta berwujud (*tangible assets*) dan harta tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan. Model Pulic ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added* (VA). Ulum (2009:87) mengatakan “*Value added* adalah indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*).” VA dihitung sebagai selisih antara *output* dan *input*.

Output (OUT) merepresentasikan *revenue* dan mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual di pasar, sedangkan *input* (IN) mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh *revenue*. Hal penting dalam hal ini adalah bahwa beban karyawan (*labour expense*) tidak termasuk IN karena peran aktifnya dalam proses *value creation*, *intellectual potential* (yang direpresentasikan dengan *labour expense*) tidak dihitung sebagai biaya (*cost*) dan tidak masuk dalam komponen IN. Karena itu, aspek kunci dalam model Pulic adalah memperlakukan

tenaga kerja sebagai entitas penciptaan nilai (*value creating entity*) (Ulum, 2009:87).

Value added dipengaruhi oleh efisiensi dari *human capital* (HC) dan *structural capital* (SC). *Value Added* yang lain berhubungan dengan *capital employed* (CE) yang dilabeli dengan VACA. VACA adalah indikator untuk VA yang diciptakan oleh suatu unit dari *physical capital*. VA dipengaruhi oleh efisiensi dari *capital employed* (CE), *Human Capital* (HC), dan *Structural Capital* (SC). Hubungan VA dengan CE menjadi VACA, hubungan VA dengan HC menjadi VAHC dan hubungan SC dengan VA menjadi STVA (Artinah, 2011). Sedangkan Ulum (2009:87) menyatakan hubungan VA dengan HC menjadi VAHU yang menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Hubungan antara VA dan HC mengindikasikan kemampuan dari HC untuk menciptakan nilai di dalam perusahaan. Hubungan SC dengan VA menjadi STVA menunjukkan kontribusi *structural capital* (SC) dalam penciptaan nilai. STVA mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan Rp 1 dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. SC bukanlah ukuran yang independen terhadap *value creation*. Artinya, semakin besar kontribusi HC dalam *value creation*, maka akan semakin kecil kontribusi SC dalam hal tersebut. Lebih lanjut Pulic mengatakan bahwa SC adalah VA dikurangi HC (Pulic, 2000).

Secara lebih ringkas, formulasi dan tahapan perhitungan VAICTM yang disampaikan adalah sebagai berikut:

Tahap pertama: menghitung *Value Added*. VA dihitung sebagai selisih antara output dan input (Pulic,2000).

$$VA = OUT - IN$$

Dimana:

VA = *Value Added* dari perusahaan

OUT = total penjualan dan pendapatan lain

IN = beban penjualan dan biaya lain-lain(selain beban karyawan)

VA juga dapat dihitung dari akun-akun perusahaan sebagai berikut:

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

Dimana:

OP = *operating profit* (laba operasi)

EC = *employee costs* (beban karyawan)

D = *depreciation* (depresiasi)

A = *amortization* (amortisasi)

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 (Ulum, 2009:89)

$$VACA = VA/CE$$

Dimana:

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

VA = *Value Added*

CE = *Capital Employed*: dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

Tahap ketiga: menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU)

VAHU menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam HC terhadap VA organisasi (Ulum, 2009:89).

$$\text{VAHU} = \text{VA}/\text{HC}$$

Dimana:

VAHU = *Value Added Human Capital*: rasio dari VA terhadap HC

VA = *Value Added*

HC = *Human Capital*: beban karyawan

Tahap keempat: menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA)

Rasio ini mengukur sejumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan Rp 1 dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai (Ulum, 2009:89).

$$\text{STVA} = \text{SC}/\text{VA}$$

Dimana:

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

SC = *Structural Capital*: VA – HC

Atau:

VA = Out – In

In = Biaya – HC

SC = (Out – (Biaya – HC)) – HC

SC = Out – Biaya + HC – HC

$$SC = \text{Out} - \text{Biaya}$$

$$VA = \text{Value Added}$$

Tahap kelima: menghitung *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™)

VAIC™ mengindikasikan kemampuan intelektual organisasi yang dapat juga dianggap sebagai BPI (*Business Performance Indicator*). VAIC™ merupakan penjumlahan dari tiga komponen sebelumnya, yaitu: VACA, VAHU dan STVA (Ulum, 2009:90).

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

Lebih lanjut Suhendah (2012) menyatakan bahwa metode Pulic memiliki keunggulan yaitu memberi kemudahan dalam perolehan data yang digunakan dalam penelitian. Data yang dibutuhkan untuk menghitung berbagai rasio tersebut adalah angka-angka keuangan standar yang terdapat dalam laporan keuangan perusahaan. Pengukuran alternatif *intellectual capital* selain model Pulic terbatas pada pengukuran indikator keuangan dan non keuangan yang bersifat unik yang ada pada perusahaan secara individu. Kemampuan penerapan pengukuran alternatif *intellectual capital* tersebut memiliki keterbatasan untuk jumlah sampel yang besar dan terdiversifikasi secara luas.

2.1.5 Profitabilitas

Definisi mengenai profitabilitas yang diungkapkan oleh Artinah (2011) adalah “Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu.”

Menurut Weston dan Brigham dalam buku Manajemen Keuangan yang dialihbahasakan oleh Alfonsus Sirait (2005, 304) “Profitabilitas merupakan hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan.”

Profitabilitas menurut Handono Mardiyanto (2009:54) adalah “mengukur kesanggupan perusahaan untuk menghasilkan laba”.

Sedangkan menurut Sutrisno (2009:16) profitabilitas adalah “kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja di dalamnya”.

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasi merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan. Laba menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban kepada kreditur dan investor, serta merupakan bagian dalam proses penciptaan nilai perusahaan berkaitan dengan prospek perusahaan di masa depan (Suhendah, 2012).

1. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas menurut Brigham and Houston (2009:107) :

“Sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan efek-efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi. Rasio ini meliputi margin laba atas penjualan, rasio kemampuan dasar untuk menghasilkan laba, tingkat pengembalian atas total aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas saham biasa.”

Rasio profitabilitas menurut Sutrisno (2009:222) adalah “rasio untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan.”

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan memanfaatkan setiap faktor perusahaan. Menurut Munawir (2002) rasio profitabilitas memiliki beberapa manfaat, antara lain:

- 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 profitabilitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Menurut Kasmir (2008:199) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah:

- a. *Profit margin (profit margin on sales)*
- b. *Return on Assets (ROA)*
- c. *Return on Equity (ROE)*
- d. Laba per lembar saham (EPS)

2. Pengertian ROA

Rasio yang dipakai untuk mengukur profitabilitas dalam penelitian ini adalah *Return on Assets (ROA)*. ROA mampu mengukur kemampuan

perusahaan menghasilkan keuntungan di masa lampau untuk diproyeksikan di masa depan.

Rachmawati (2012) menyatakan bahwa:

“*Return On Asset (ROA)* dapat mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya yang digunakan untuk mendanai aset tersebut seperti biaya pengembangan dan pengelolaan karyawan dalam meningkatkan *intellectual capital*.”

Return On Asset (ROA) merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan untuk menghasilkan laba sehingga semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi kemampuan untuk menghasilkan laba bagi perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasi merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan (Rachmawati, 2012).

Pendapat Hanafi (2008:83) mengenai ROA adalah:

“*Return on Asset* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya yang mendanai aset tersebut.”

2.1.6 *Actual Return*

Menurut Halim (2005:34) pengertian *return* adalah:

“Pengembalian yang diperoleh dari investasi. *Return* dibedakan menjadi dua, pertama *return* yang telah terjadi (*actual return*) yang dihitung berdasarkan data historis, dan kedua *return* yang diharapkan (*expected return*) investor di masa yang akan datang.”

Wiyono (2010) mengatakan bahwa *return* saham merupakan “Tingkat kembalian dari investasi sekuritas saham yang merupakan indikator dari nilai

perusahaan yang mengisyaratkan usahanya di pasar modal.” Jafar (2014) mengemukakan bahwa *return* saham adalah “Keuntungan yang dinikmati investor atas investasi saham.” *Return* memiliki dua komponen, yaitu *current income (yield)* dan *capital gain*. *Current income (yield)* adalah keuntungan yang diperoleh melalui pembayaran yang bersifat periodik, seperti deviden atau bunga. *Yield* dinyatakan dalam persentase dari modal yang ditanamkan. Sedangkan *capital gain (loss)* merupakan selisih laba (rugi) yang dialami pemegang saham karena harga saham sekarang relatif lebih tinggi (rendah) dibanding harga saham sebelumnya.

2.1.7 Untung/Rugi Modal (*Capital Gain/Loss*)

Darmadji dan Fakhruddin (2008) mengatakan bahwa “Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas.” Wujud saham adalah selebar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan pada perusahaan tersebut. Menurut Jogiyanto (2003:88), “Harga saham merupakan harga saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar.” Nilai pasar ini ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar bursa. Pengertian harga saham menurut Widiatmodjo (2000:45) merupakan “Harga atau nilai uang yang bersedia dikeluarkan untuk memperoleh atas suatu saham.”

Pada dasarnya harga saham dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran, namun untuk melakukan penilaian harga saham dengan baik diperlukan data operasional perusahaan seperti laporan keuangan yang telah diaudit, *performance* perusahaan di masa datang dan kondisi ekonomi. Secara umum terdapat dua pendekatan dalam menilai saham yaitu *the fundamental approach* dan *the technical approach*. Pendekatan *fundamental approach* menitik beratkan pada nilai intrinsik yaitu kemampuan masa datang perusahaan dilihat dari keadaan aset, produksi, pemasaran, pendapatan yang keseluruhannya menggambarkan prospek perusahaan. Sedangkan *technical approach* memusatkan pada bagian harga sekuritas, sering disebut *charties* yaitu prediksi masa datang berdasarkan pergerakan saham di masa lampau yang analisisnya bersifat jangka pendek. Informasi yang diperlukan adalah psikologis investor yang menekankan pada perilaku harga saham, volume perdagangan dan *capital gain* (Subiyantoro dan Andreani, 2003).

Anton dan Safitri (2014) mengatakan bahwa “Untung/rugi modal (*capital gain/loss*) merupakan keuntungan (kerugian) bagi investor yang diperoleh dari kelebihan harga jual (harga beli) di atas harga beli (harga jual) yang keduanya terjadi di pasar sekunder.”

Capital gain diperoleh investor ketika harga saham yang diinvestasikan mengalami kenaikan harga dan investor memutuskan melepas kepemilikan saham tersebut dengan menjualnya di bursa saham. Dengan demikian, investor memperoleh selisih nilai positif dari harga jual saham terhadap harga beli saham.

Pergerakan harga saham yang cepat meningkatkan potensi *capital gain* maupun *capital loss* (Arifin, 2005).

2.1.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital* telah banyak dilakukan karena *intellectual capital* merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Ada kesamaan dan perbedaan di setiap penelitian yang dilakukan karena adanya alasan khusus bagi setiap peneliti seperti perbedaan negara dan perbedaan metodologi yang diadopsi peneliti. Lebih lanjut penelitian terdahulu mengenai *intellectual capital* akan dibahas dalam tabel 2.4 berikut ini.

Tabel 2.4
Penelitian Terdahulu *Intellectual Capital*

No	Nama/Tahun/Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Nick Bontis, Wiliam Chua Chong Keow dan Stanley Richardson (2000) “ <i>Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries</i> ”	komponen <i>intellectual capital</i>	<i>Intellectual capital</i> memiliki hubungan yang signifikan dan substantif terhadap kinerja perusahaan sektor industri
2	Sri Iswati dan Muslich Anshori (2007) “ <i>The Influence of Intellectual Capital to Financial Performance at Insurance Companies in Jakarta Stock Exchange (JSE)</i> ”	<i>intellectual capital</i> (MBV) dan kinerja perusahaan (ROA)	<i>intellectual capital</i> berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan asuransi di bursa saham Jakarta terutama kinerja keuangan
3	Ihyaul Ulum MD (2008) “ <i>Intellectual Cpaital</i>	<i>Value Added Intellectual</i>	pada tahun 2004 dan 2006, secara umum

	<i>Performance Sektor Perbankan di Indonesia”</i>	<i>Coefficient (VAIC), nilai perusahaan perbankan di Indonesia selama tiga tahun, 2004-2006</i>	kinerja perusahaan perbankan di Indonesia masuk dalam kategori <i>good performers</i> dengan skor VAIC 2.07. Sedangkan pada tahun 2005, kinerjanya turun menjadi <i>common performers</i> (dengan skor VAIC 1.95).
4	Jennie Sir, Bambang Subroto dan Grahita Chandarin (2010) “ <i>Intellectual Capital dan Abnormal Return Saham</i> ”	<i>intellectual capital dan abnormal return saham</i>	perusahaan memperoleh <i>abnormal return</i> setelah adanya pengungkapan IC melalui penerbitan laporan tahunan perusahaan
5	Nick Bontis (2010) “ <i>Intellectual Capital and Business Performance in The Pharmaceutical Sector Jordan</i> ”	komponen <i>intellectual capital</i> dan kinerja perusahaan farmasi di Yordania	Perusahaan farmasi yang mengelola <i>intellectual capital</i> dengan baik memberikan pengaruh yang signifikan positif terhadap kinerja perusahaan
6	Budi Artinah (2011) “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan)	<i>Intellectual Capital (VAIC™)</i> , profitabilitas (ROE) perbankan yang terdaftar di BEI	Variabel <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh signifikan dengan tanda positif terhadap profitabilitas.
7	Budi Artinah dan Ahmad Muslih (2011) “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap <i>Capital Gain</i> (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”	komponen <i>intellectual capital</i> dan <i>capital gain</i> perusahaan perbankan yang yang terdaftar di BEI	<i>intellectual capital (VAIC)</i> tidak berpengaruh signifikan positif terhadap <i>capital gain</i>

8	Fayez Abdulsalam, Hameed Al-Qaheri dan Ridha Al-Khayyat (2011) “ <i>The Intellectual Capital Performance of Kuwaiti Banks : An Application of VAIC^{TM1} Model</i> ”	<i>intellectual capital (VAIC)</i>	Bank Komersil Kuwaiti menduduki peringkat kedua terbaik setelah mengelola efisiensi <i>intellectual capital</i>
9	Kirmizi Ritonga dan Jessica Andriyane (2011) “Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Keuangan (pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”	Intellectual capital (VAIC), <i>value added human capital (VAHU)</i> , <i>structural capital value added (STVA)</i> , <i>value added capital employed (VACA)</i> , kinerja keuangan (EPS)	<i>capital employed</i> , <i>human capital</i> , dan <i>strutural capital</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diukur melalui <i>Earning Per Share</i> oleh perusahaan-perusahaan yang tergabung ke dalam LQ45.
10	Basuki dan Mutiara Sianipar (2012) “ <i>Intellectual Capital and Its Impact on Financial Profitability and Investor’s Capital Gain on Shares</i> ”	komponen <i>intellectual capital</i> , laba melalui pengukuran ROA dan ROE serta <i>capital gain on shares</i> atau keuntungan yang diperoleh investor	<i>Structural capital(SCE)</i> mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap ROA akan tetapi <i>capital employee(CEE)</i> dan <i>human capital(HCE)</i> tidak berpengaruh positif. CEE dan HCE tidak berpengaruh positif terhadap ROE sedangkan SCE berpengaruh signifikan positif terhadap ROE. CEE dan SCE memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap <i>capital gain on shares</i> , sedangkan HCE berpengaruh

			signifikan positif terhadap <i>capital gain on shares</i>
11	Damar Asih Dwi Rachmawati (2012) “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap <i>Return On Asset (ROA)</i> Perbankan”	<i>Intellectual Capital (VAIC)</i> , ROA	terdapat pengaruh positif antara <i>intellectual capital</i> terhadap <i>Return On Asset (ROA)</i>
12	Dewantara Satria Yudha dan Mohamad Nasir (2012) “Analisis Pengaruh Komponen <i>Intellectual Capital</i> terhadap Kepercayaan dan Reaksi Investor: Studi Kasus Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”	Untuk mengkaji hubungan antara komponen <i>intellectual capital</i> dengan kepercayaan dan reaksi investor yang diukur dengan <i>cumulative abnormal return (CAR)</i>	Komponen <i>intellectual capital</i> tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepercayaan investor dan hanya <i>capital employee</i> yang berpengaruh signifikan positif terhadap reaksi investor
13	Rousilita Suhendah (2012) “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Profitabilitas, Produktivitas dan Penilaian Pasar pada Perusahaan yang <i>Go Public</i> di Indonesia pada Tahun 2005-2007”	modal intelektual (<i>VAIC</i>), profitabilitas (<i>ROA</i>), produktivitas (<i>ATO</i>) dan penilaian pasar (<i>MB</i>)	<i>intellectual capital</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan produktivitas namun tidak berpengaruh signifikan terhadap penilaian pasar
14	Kiki Khorifah (2013) “Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan serta Dampaknya terhadap Harga Saham”	modal intelektual, kinerja perusahaan (<i>ROA</i>) dan harga saham	Modal intelektual berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang menyebabkan harga saham juga meningkat
15	Martha Kartika dan Saerce Elsy Hatane (2013)	Profitabilitas (<i>ROA</i>), <i>value added human capital (VAHU)</i> ,	tidak semua komponen pendukung <i>intellectual capital</i> berpengaruh

	“Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> pada Profitabilitas Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2007-2011”	<i>structural capital value added</i> (STVA), <i>value added capital employed</i> (VACA)	signifikan positif terhadap profitabilitas, hanya <i>structural capital</i> dan <i>capital employed</i> yang berpengaruh positif sedangkan <i>human capital</i> berpengaruh signifikan negatif terhadap profitabilitas perbankan yang terdaftar di BEI
16	Puput Wijayanti (2013) “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Harga Saham melalui Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009-2011”	<i>intellectual capital</i> (VAIC), harga saham melalui kinerja keuangan perusahaan perbankan (ROE dan EPS)	<i>intellectual capital</i> berpengaruh secara tidak langsung terhadap harga saham melalui kinerja keuangan yang diukur melalui EPS
17	Antung Noor Asiah (2014) “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Lembaga Keuangan)	<i>intellectual capital</i> (VAIC), profitabilitas (ROE)	<i>intellectual capital</i> yang diukur dengan VAIC (<i>Value Added Intellectual Capital</i>) memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap kinerja perusahaan
18	Prof. Dr. H. Soegeng Soetedjo, SE., Ak dan Safrina Mursida, SA (2014) ”Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan”	<i>Intellectual Capital</i> (VAIC), kinerja keuangan (ROA)	<i>intellectual capital</i> yang diukur melalui metode VAIC memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang merepresentasikan bahwa ketiga komponen pembentuk

			<i>intellectual capital</i> , yaitu <i>Human Capital Efficiency (HCE)</i> , <i>Structural Capital Efficiency (SCE)</i> dan <i>Customer Employed Efficiency (CEE)</i> secara bersama-sama mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan perbankan yang dihitung melalui <i>ROA</i> (profitabilitas)
19	Sofa Nur Ihtiari Wahyudi (2014) “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Profitabilitas Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013”	modal intelektual (VAIC), profitabilitas (ROA dan ROE),	bahwa <i>intellectual capital</i> memiliki pengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas perusahaan baik diukur melalui <i>ROA</i> maupun <i>ROE</i>
20	Yanuar Firmansyah dan Iswajuni (2014) “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Profitabilitas, Nilai Pasar, Pertumbuhan dan <i>Actual Return</i> pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia”	<i>intellectual capital</i> , profitabilitas (ROA), nilai pasar (M/B), pertumbuhan (GROW) dan <i>actual return</i>	secara simultan terdapat pengaruh <i>intellectual capital</i> terhadap profitabilitas (ROA), nilai pasar (M/B), dan <i>actual return</i> perusahaan, namun tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan (GROW). Secara parsial variabel <i>physical capital</i> (VACA) dan <i>structural capital</i> ; (STVA) cenderung berpengaruh terhadap variabel dependen

			(ROA, MB, dan <i>actual return</i>). Namun, variabel <i>human capital</i> (VAHU) tidak terbukti berpengaruh terhadap semua variabel dependen
--	--	--	---

Sumber: diolah dari beberapa hasil penelitian, 2015

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas Perusahaan

Persaingan global memaksa perusahaan-perusahaan untuk mengubah cara berbisnis mereka. Bontis *et al* (2010) mengatakan bahwa untuk menghadapi persaingan global yang ketat, memperluas pengakuan *intellectual capital* akan menjadi kekuatan yang penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. *Intellectual capital* diakui memiliki pengaruh yang sangat penting dalam dunia bisnis modern. Banyak peneliti yang coba memberikan pengertian serta cara pengukuran *intellectual capital* sendiri. Astuti dan Sabeni (2005) mengatakan bahwa *intellectual capital* merupakan kenaikan nilai kapitalisasi saham yang cukup tinggi dan adanya selisih antara nilai buku dengan nilai kapitalisasi saham pada *knowledge based industries* menunjukkan terjadinya “*missing value*” pada laporan keuangan. Namun perusahaan dinyatakan belum mampu mencatat *intellectual capital* sebagai bagian *intangible asset* dalam neraca dikarenakan standar akuntansi yang ada saat ini belum mampu menangkap dan melaporkan investasi yang dikeluarkan untuk memperoleh sumber daya non fisik. Investasi sumber daya non fisik yang dapat ditangkap dan dilaporkan menurut standar

akuntansi saat ini baru sebatas investasi dalam bentuk *intellectual property*. Dengan demikian, akuntansi juga diyakini belum mampu melakukan pengakuan dan pengukuran terhadap *intellectual capital*, karena akuntansi cenderung hanya berfokus pada aktiva yang sifatnya nyata (*hard assets*) saja. Kalaupun ada *intangible asset* yang diakui dan diukur dalam laporan keuangan, kebanyakan masih didasarkan pada nilai historis (*historical cost*) bukan potensinya dalam menambah nilai (Astuti dan Sabeni, 2005). Oleh karena itu, akuntansi tradisional dianggap gagal dalam memberikan informasi yang akurat dan sesuai dengan yang dibutuhkan para pemilik perusahaan (Sawarjuwono, 2003).

Sawarjuwono (2003) mengatakan bahwa di Indonesia *intellectual capital* masih belum dikenal secara luas dan belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* yang merupakan elemen pembangun modal intelektual perusahaan. Padahal IC dianggap sebagai “pencipta nilai tambah ekonomi (*economic value creator*)” bagi perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada pertumbuhan yang kesinambungan jangka panjang. Kinerja perusahaan yang naik menunjukkan laba yang dihasilkan perusahaan naik (Hatane dan Kartika, 2013). Selanjutnya Sawarjuwono (2003) menyatakan bahwa jika perusahaan-perusahaan tersebut mengacu pada perkembangan yang ada, yaitu manajemen yang berbasis pengetahuan, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia akan dapat bersaing dengan menggunakan keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh modal intelektual yang dimiliki oleh perusahaan. Keunggulan kompetitif perusahaan dapat diperoleh apabila sumber daya perusahaan digunakan untuk menangkap peluang atau

mampu mengatasi ancaman dalam lingkungan perusahaan. Jika sumber daya tersebut memberikan manfaat dalam memberikan keunggulan kompetitif maka perusahaan memiliki sumber daya unik yang tidak mudah ditiru dan dimiliki oleh perusahaan pesaing (Firmansyah dan Iswajuni, 2014). *Resource-based theory* memperlakukan perusahaan sebagai *potential creators* terhadap kemampuan nilai tambah, dan kompetensi dasar organisasional melibatkan aset dan sumber daya perusahaan berdasarkan perspektif yang berbasis pengetahuan (Halawi *et al.*, 2005). Sumber daya perusahaan terdiri dari semua aset baik yang berwujud maupun tidak berwujud, *human* dan *non human* yang dimiliki atau dikontrol oleh perusahaan dan menggunakannya dalam strategi penciptaan nilai. Sumber daya unik dan kapabilitas perusahaan memiliki berbagai macam nama, misalnya kompetensi inti, aset tak terlihat, kemampuan inti, kemampuan internal, pengetahuan tertanam, budaya perusahaan, dan kombinasi pengalaman perusahaan (Halawi *et al.*, 2005). *Intellectual capital* diyakini dapat berperan penting didalam peningkatan profitabilitas perusahaan. Berdasarkan *resource-based theory*, penggunaan sumber daya perusahaan secara efisien dan ekonomis tersebut dapat memperkecil biaya-biaya yang terjadi. Semakin tinggi *intellectual capital* maka laba semakin meningkat, sehingga terjadi peningkatan nilai ROA.

Suhendah (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh komponen *intellectual capital* yang terdiri dari *physical capital*, *human capital* dan *structural capital* terhadap profitabilitas, produktivitas dan penilaian pasar. Data diambil dari 95 perusahaan kelompok industri yang terdiri dari perusahaan perdagangan, transportasi dan komunikasi, industri kimia, elektronik, teknologi informasi, jasa

keuangan, asuransi, *real estate* serta perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mulai tahun 2005 sampai tahun 2007. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan produktivitas, akan tetapi *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap penilaian pasar. *Physical capital* juga tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, produktivitas maupun penilaian pasar akan tetapi *human capital* dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan penilaian pasar. Apabila dilihat dari sisi *structural capital*, maka *structural capital* dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan produktivitas namun tidak berpengaruh signifikan terhadap penilaian pasar.

Firmansyah dan Iswajuni (2014) melakukan penelitian pengaruh *intellectual capital* terhadap profitabilitas, nilai pasar, pertumbuhan dan *actual return* pada perusahaan yang tercatat di BEI. Penelitian ini menggunakan model Pulic yaitu mengukur *intellectual capital* melalui VAIC dan memberikan hasil bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas, nilai pasar dan *actual return* namun *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan.

2.2.2 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Actual Return* Perusahaan

Peningkatan *actual return* perusahaan berkaitan dengan peningkatan kinerja perusahaan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, *intellectual capital* yang dikelola secara efisien dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena

itu, *intellectual capital* juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *actual return* perusahaan. *Actual return* disini diukur melalui *capital gain on share* yang diperoleh oleh investor dimana *capital gain on share* merupakan keuntungan (kerugian) bagi investor yang diperoleh dari kelebihan harga jual (harga beli) di atas harga beli (harga jual) yang keduanya terjadi di pasar sekunder. *Capital gain* diperoleh investor ketika harga saham yang diinvestasikan mengalami kenaikan harga dan investor memutuskan melepas kepemilikan saham tersebut dengan menjualnya di bursa saham. Dengan demikian, investor memperoleh selisih nilai positif dari harga jual saham terhadap harga beli saham (Anton dan Safitri, 2014).

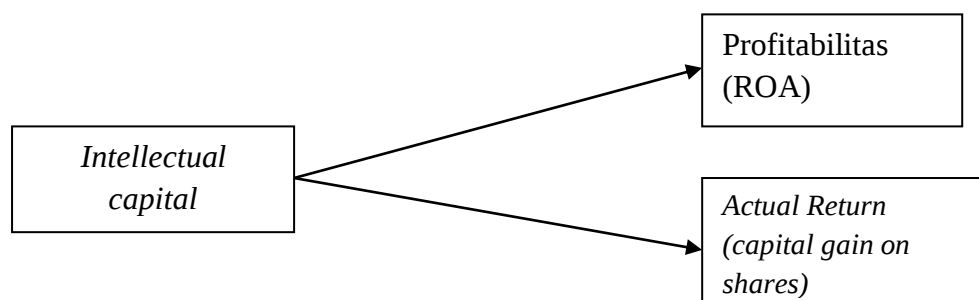
Firmansyah dan Iswajuni (2014) mengatakan berdasarkan *resource-based theory*, *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan dapat menciptakan nilai tambah yang memberikan suatu keunggulan kompetitif. Dengan kinerja perusahaan yang semakin meningkat, kepercayaan pihak luar (*stakeholder*) terhadap *going concern* perusahaan turut meningkat yang mana turut berpengaruh juga terhadap *return* saham perusahaan. Kinerja perusahaan yang berdampak terhadap *return* saham perusahaan dengan penggunaan aktiva fisik dan keuangan masih mendominasi untuk memberi kontribusi pada kinerja perusahaan yang akhirnya dapat meningkatkan *return* saham sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap *capital gain* yang diperoleh investor.

Secara teori, kekayaan intelektual yang dikelola secara efisien oleh perusahaan akan meningkatkan apresiasi pasar terhadap nilai pasar perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai pasar. Sesuai dengan teori dalam mengapresiasi nilai pasar, investor mempertimbangkan adanya pengaruh

kekayaan intelektual yang dimiliki perusahaan. Adanya informasi mengenai *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan mungkin menjadi salah satu faktor utama. Sehingga dalam menilai perusahaan investor tidak hanya melihat dari harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham, investor akan menempatkan nilai yang tinggi terhadap perusahaan tersebut (Firmansyah dan Iswajuni, 2014).

Basuki dan Sianipar (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh *intellectual capital* terhadap profitabilitas dan *investors' capital gain on shares* yang datanya diambil dari 22 perusahaan perbankan dan 10 sampel dari perbankan publik dan 10 perusahaan asuransi selama 2005-2007. Hasil dari penelitian ini menunjukkan apabila komponen *intellectual capital* dikelola secara efisien, maka akan berpengaruh signifikan terhadap *capital gain on shares*.

Berdasarkan pengembangan penelitian di atas maka didapat kerangka model hubungan antar variabel penelitian yang akan diuji yaitu *intellectual capital* sebagai variabel independen sedangkan profitabilitas dan *actual return* sebagai variabel dependen.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban yang empirik dengan data (Sugiyono, 2013:96).

Untuk kesimpulan sementara terkait penelitian ini adalah:

H1: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap pofitabilitas perusahaan

H2: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap *actual return* perusahaan.