

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Akuntansi

2.1.1.1 Pengertian Akuntansi

Menurut Kieso, Weygant, dan Warfield (2014:4) akuntansi adalah:

“Accounting is an information system that identifies, records, and communicates the economic events of an organization to interested users.”

Menurut Rudianto (2012:15) akuntansi adalah sebagai berikut:

“Akuntansi adalah sistem informasi yang menghasilkan informasi keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi suatu perusahaan.”

Menurut Charles T. Hongren, dan Walter T Harrison (2013:3) akuntansi adalah sebagai berikut:

“Accounting is an information system that measures business activity, processes data into reports, and communicates results to decision makers.”

Menurut Mulyadi (2010:3) pengertian akuntansi adalah sebagai berikut:

“Akuntansi adalah organisasi formulir, mencatat, dan laporan yang dikoordinasikan sedemikian rupa untuk memberikan informasi keuangan yang diperlukan oleh pihak manajemen untuk memudahkan pengolahan perusahaan.”

Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian akuntansi adalah proses pencatatan, peringkasan, dan penggolongan suatu transaksi untuk menghasilkan informasi keuangan atau kondisi ekonomi perusahaan untuk pihak internal ataupun eksternal.

2.1.1.2 Bidang-bidang Akuntansi

Menurut Rahman Pura (2013:4) bidang-bidang akuntansi ada sepuluh macam, yaitu:

1. Akuntansi Keuangan (*Financial Accounting*)
Adalah bidang akuntansi dari suatu entitas ekonomi secara keseluruhan. Akuntansi ini menghasilkan laporan keuangan yang ditujukan untuk semua pihak khususnya pihak-pihak dari luar perusahaan, sehingga laporan yang dihasilkannya bersifat serbaguna (*general purpose*).
2. Akuntansi Manajemen (*Management Accounting*)
Adalah akuntansi yang khusus memberi informasi bagi pimpinan perusahaan/manajemen untuk pengambilan keputusan dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan.
3. Akuntansi Biaya (*Cost Accounting*)
Adalah akuntansi yang kegiatan utamanya adalah menetapkan, mencatat, menghitung, menganalisis, mengawasi, serta melaporkan kepada manajemen tentang biaya dan harga pokok produksi.
4. Akuntansi Pemeriksaan (*Auditing*)
Bidang ini berhubungan dengan pemeriksaan secara bebas terhadap laporan akuntansi yang dibuat bisa lebih percaya secara obyektif.
5. Sistem Akuntansi (*Accounting System*)
Bidang ini melakukan perancangan dan implementasi dari prosedur pencatatan dan pelaporan data akuntansi.
6. Akuntansi Perpajakan (*Tax Accounting*)
Adalah bidang akuntansi yang bertujuan untuk membuat laporan keuangan untuk kepentingan perpajakan dan perencanaan perpajakan sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.
7. Akuntansi Pemerintahan (*Government Accounting*)
Adalah bidang akuntansi yang bertujuan untuk menyajikan suatu laporan keuangan, pengendalian, serta memberikan pengawasan keuangan pemerintah atau keuangan Negara.

8. Akuntansi Anggaran (*Budgeting*)
Bidang ini berhubungan dengan penyusunan rencana keuangan perusahaan mengenai kegiatan perusahaan untuk jangka waktu tertentu dimasa mendatang serta analisa dan pengawasannya
9. Akuntansi Organisasi Nirlaba (*Non Profit Accounting*)
Adalah bidang akuntansi yang proses kegiatannya dilakukan oleh organisasi non laba seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), yayasan, dll.
10. Akuntansi Pendidikan (*Education Accounting*)
Salah satu bidang akuntansi yang secara khusus diarahkan di bidang pendidikan, misalnya mengajar akuntansi, penelitian tentang akuntansi, atau yang lainnya selama masih berhubungan dengan ilmu akuntansi”.

Bidang-bidang akuntansi dibagi menjadi sepuluh macam, dalam penelitian ini bidang akuntansi yang akan digunakan yaitu Akuntansi Keuangan (*Financial Accounting*).

2.1.2 Akuntansi Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Akuntansi Keuangan

Akuntansi memegang peranan penting dalam entitas karena akuntansi adalah bahasa bisnis (*bussnineslanguage*). Akuntansi menghasilkan informasi yang menjelaskan kinerja keuangan entitas dalam suatu periode tertentu dan kondisi keuangan entitas pada tanggal tertentu. Informasi akuntansi tersebut digunakan oleh para pemakai agar dapat membantu dalam membuat prediksi kinerja di masa mendatang. Berdasarkan informasi tersebut berbagai pihak dapat mengambil keputusan terkait dengan entitas. Pengertian Akuntansi menurut *American Institute of Certified Publik Accountants* (AICPA) adalah:

“Akuntansi adalah suatu kegiatan jasa. Fungsinya adalah menyediakan data kuantitatif, terutama yang mempunyai sifat keuangan, dari kesatuan usaha ekonomi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan-

keputusan ekonomi dalam memilih alternatif-alternatif dari suatu keadaan.”

Menurut Warren Reeve Fess (2008:15) akuntansi keuangan adalah sebagai berikut:

“Financial accounting is primarily concerned with the recording and reporting of economic data and activities for a business. Although such reports provide useful information for managers, they are the primary reports for owners, creditors, governmental agencies, and the public”.

Akuntansi menghasilkan informasi keuangan tentang sebuah entitas. Informasi keuangan yang dihasilkan oleh proses akuntansi disebut laporan keuangan. Laporan keuangan dapat digunakan untuk tujuan umum maupun tujuan khusus. Laporan keuangan yang disusun berdasarkan standar merupakan bentuk laporan keuangan untuk tujuan umum (*general purpose financial statement*). Penyusunan laporan keuangan untuk tujuan umum dan ditujukan kepada pihak eksternal, merupakan bagian dari akuntansi keuangan.

Bidang akuntansi keuangan dilihat dari sisi pengguna informasi dibagi menjadi dua yaitu akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis berfokus pada akuntansi keuangan. Akuntansi keuangan membahas penyusunan laporan keuangan untuk pengguna eksternal. Penjelasan mengenai akuntansi keuangan menurut Martani (2012:8) adalah sebagai berikut :

*“Akuntansi keuangan berorientasi pada pelaporan pihak eksternal. Beragamnya pihak eksternal dengan tujuan spesifik bagi masing-masing pihak membuat pihak penyusun laporan keuangan menggunakan prinsip dan asumsi-asumsi dalam penyusunan laporan keuangan. Untuk itu diperlukan standar akuntansi yang dijadikan pedoman baik oleh penyusun maupun oleh pembaca laporan keuangan. Laporan yang dihasilkan dari akuntansi keuangan berupa laporan keuangan untuk tujuan umum (*general purpose financial statement*).”*

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi keuangan adalah salah satu bidang dalam akuntansi yang berfokus pada penyiapan laporan keuangan suatu perusahaan yang dilakukan secara berkala. Laporan ini dibuat sekaligus sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada pemegang saham, lembaga pemerintah, kreditor dan masyarakat dalam pengambilan keputusan.

2.1.2.2 Fungsi Akuntansi Keuangan

Setiap sistem utama akuntansi akan melaksanakan lima fungsi utamanya yaitu :

1. Mengumpulkan dan menyimpan data dari semua aktivitas dan transaksi perusahaan.
2. Memproses data menjadi informasi yang berguna bagi pihak manajemen.
3. *Manage* data-data yang ada kedalam kelompok-kelompok yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.
4. Mengendalikan kontrol data yang cukup sehingga aset dari suatu organisasi atau perusahaan terjaga.

Merencanakan fungsi akuntansi keuangan pada suatu perusahaan harus terlebih dahulu mengidentifikasi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi akuntansi. Kemudian perusahaan harus mengetahui informasi apa yang dibutuhkan oleh mereka. Selanjutnya, dirancang struktur organisasi dan sistem informasi akuntansi yang dapat memenuhi kebutuhan informasi pemakai tersebut.

2.1.3 Laporan Keuangan

2.1.3.1 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan meliputi bagian dari proses keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara misalnya laporan arus kas/laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Menurut Fahmi (2012:2), mengatakan bahwa:

“Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan.”

Dengan begitu laporan keuangan diharapkan akan membantu bagi para pengguna (*user*) untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat *financial*. Menurut Harjito dan Martono (2010:51) pengertian laporan keuangan adalah sebagai berikut :

“Laporan Keuangan (*financial statement*) merupakan ikhtisar mengenai keadaan keuangan suatu perusahaan pada saat tertentu.”

Kasmir (2012:7) menjelaskan bahwa sudah menjadi kewajiban setiap perusahaan untuk membuat dan melaporkan keuangan perusahaannya pada suatu periode tertentu. Hal yang dilaporkan kemudian dianalisis sehingga dapat diketahui kondisi dan posisi perusahaan terkini. Kemudian laporan keuangan juga akan menentukan langkah apa yang dilakukan perusahaan sekarang dan ke depan, dengan melihat berbagai persoalan yang ada baik kelemahan maupun

kekuatan yang dimilikinya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan suatu perusahaan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Laporan Keuangan

Laporan keuangan disajikan oleh manajemen untuk semua pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan. Setiap pengguna laporan keuangan memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Berdasarkan kebutuhan tersebut maka diperlukan klasifikasi jenis-jenis laporan keuangan. Pendapat menurut Kasmir (2012:7) tentang laporan keuangan adalah :

“Laporan Keuangan menggambarkan pos-pos keuangan perusahaan yang diperoleh dalam suatu periode. Dalam praktiknya dikenal beberapa macam laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, laporan catatan atas laporan keuangan dan laporan kas.”

Menurut Fraser dan Ormiston yang dikutip Fahmi (2012:3-4) yaitu suatu laporan tahunan *corporate* terdiri dari empat laporan keuangan pokok yaitu :

1. Neraca, menunjukkan posisi keuangan atau aktiva, utang, dan ekuitas pemegang saham suatu perusahaan pada tanggal tertentu, seperti pada akhir triwulan atau akhirtahun.
2. Laporan Laba-Rugi, menyajikan hasil usaha pendapatan, beban, laba atau rugi bersih dan laba atau rugi per saham untuk periodetertentu.
3. Laporan Ekuitas Pemegang Saham, merekonsiliasi saldo awal dan akhir semua akun yang ada dalam seksi ekuitas pemegang saham pada neraca. Beberapa perusahaan menyajikan laporan saldo laba, sering kali dikombinasi dengan laporan laba rugi yang merekonsiliasi saldo awal dan akhir akun saldo laba. Perusahaan-perusahaan yang memilih format

penyajian yang terakhir biasanya akan menyajikan laporan ekuitas pemegang saham sebagai pengungkapan dalam catatan.

4. Laporan Arus Kas, memberikan informasi tentang arus kas masuk dan keluar dari kegiatan operasi, pendanaan dan investasi selama suatu periode akuntansi.

Pada penelitian ini, laporan keuangan yang digunakan adalah laporan laba-rugi dan laporan posisi keuangan (neraca).

2.1.3.3 Tujuan dan Manfaat Laporan Keuangan

Tujuan laporan keuangan secara umum adalah untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Menurut Kasmir (2012:10) tujuan dari laporan keuangan adalah :

“Laporan keuangan mampu memberikan informasi keuangan kepada pihak dalam dan luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.”

Adapun tujuan laporan keuangan menurut PAPI (Pedoman Akuntansi Perbankan Indonesia) yang dikutip oleh Fahmi (2012:6) adalah :

“Untuk memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja perubahan ekuitas, arus kas dan informasi lainnya yang bermanfaat bagi pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggung jawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.”

Beberapa tujuan dan manfaat laporan keuangan diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Informasi posisi laporan keuangan yang dihasilkan dari kinerja dan aset

perusahaan sangat dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan, sebagai bahan evaluasi dan perbandingan untuk melihat dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomis yang diambilnya.

2. Informasi keuangan perusahaan diperlukan juga untuk menilai dan meramalkan kondisi perusahaan di masa sekarang dan di masa yang akan datang, sehingga apakah akan menghasilkan keuntungan yang sama atau lebih menguntungkan.
3. Informasi perubahan posisi keuangan perusahaan bermanfaat untuk menilai aktivitas investasi, pendanaan dan operasi perusahaan selama periode tertentu. Selain untuk menilai kemampuan perusahaan, laporan keuangan juga bertujuan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

2.1.4 Intellectual Capital

2.1.4.1 Pengertian Intellectual Capital (IC)

Modal intelektual (IC) merupakan salah satu sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Modal intelektual (IC) pada umumnya didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan dan nilai buku dari aset perusahaan tersebut atau dari financial capitalnya. Modal intelektual (IC) seringkali menjadi faktor penentu utama perolehan laba suatu perusahaan. Sebuah perusahaan dapat mengetahui penilaian pasar dengan menggunakan metode pengukuran *Value Added Intellectual Capital (VAIC™)*, yaitu dengan melihat kemampuan intelektual yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dan nilai yang dimiliki

perusahaantersebut.

Modal Intelektual merupakan aset tidak berwujud dan sulit untuk diteliti maupun diukur secara langsung. Sampai saat ini definisi mengenai modal intelektualseringkali dimaknai secara berbeda oleh beberapa penulis.

Ulum (2009:20) menyatakan bahwa *Intellectual Capital* adalah :

“Material yang telah disusun, ditangkap dan digunakan untuk menghasilkan nilai aset yang lebih tinggi.”

Pengertian Modal Intelektual menurut Stewart (2010:12):

“Intellectual capital is the sum of everything everybody in a company knows that gives it a competitive edge. Intellectual capital is intellectual material-knowledge, information, intellectual property, experience-that can be put to use to creat wealth”.

Selanjutnya Moehersono (2012:305) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai berikut:

“Intellectual Capital adalah pengetahuan (*knowledge*) dan kemampuan (*ability*) yang dimiliki oleh suatu kolektivitas sosial, seperti sebuah organisasi komunitas intelektual, atau praktik profesional serta *intellectual capital* mewakili sumber daya yang bernilai tinggi dan berkemampuan untuk bertindak yang didasarkan pada pengetahuan”.

Selanjutnya Suryana (2011:5) mengemukakan bahwa :

“Modal intelektual dapat diwujudkan dalam bentuk ide-ide sebagai modal utama yang disertai pengetahuan, kemampuan, keterampilan, komitmen, dan tanggung jawab sebagai modal tambahan. Ide merupakan modal utama yang akan membentuk modal lainnya”.

Intellectual Capital merupakan suatu konsep yang dapat memberikan sumber daya berbasis pengetahuan baru dan mendeskripsikan aset tak berwujud yang jika digunakan secara optimal memungkinkan perusahaan untuk menjalankan strateginya dengan efektif dan efisien. Dengan demikian *intellectual*

capital merupakan pengetahuan yang memberikan informasi tentang nilai tak berwujud perusahaan yang dapat mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing (Hadiwijaya, 2013).

Kozak (2011) menyatakan bahwa *Intellectual Capital* masih dalam tahap pengembangan dan belum ada keseragaman definisi yang diterima untuk mengidentifikasi sub komponennya. Aset tidak berwujud pada umumnya merupakan properti intelektual perusahaan (seperti paten, hak cipta dan lainnya), *goodwill* serta pengakuan merek (Chang et al., 2010). Menurut Cahyadi (2012) *intellectual capital* adalah :

“Perangkat yang diperlukan untuk menemukan peluang dan mengelola ancaman dalam kehidupan. Banyak pakar yang mengatakan bahwa *Intellectual Capital* sangat besar peranannya di dalam menambah nilai suatu kegiatan, *Intellectual Capital* terletak pada kemampuan untuk berfikir dan kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru.”

Intellectual capital memiliki peranan penting bagi perusahaan. *Intellectual capital* yang sedang menjadi pembicaraan oleh pelaku bisnis merupakan hal yang perlu diperhatikan agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini. *Intellectual capital* yang merupakan *intangible assets* perusahaan harus diperlakukan sama dengan *physical capital* dan *financial capital* agar semua sumber daya dapat diberdayakan sebagai mana mestinya guna mencapai kemenangan dalam persaingan bisnis. Adanya efisiensi dalam penerapan modal intelektual mampu menciptakan produktivitas yang tinggi bagi para pegawai. Selain itu jika *Intellectual Capital* merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, maka *Intellectual Capital* akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan (Ulum, 2009:94).

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan di atas sampai pada pemahaman penulis bahwa *Intellectual Capital* atau modal intelektual merupakan modal utama yang berasal dari pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu organisasi, termasuk keterampilan, dan keahlian karyawan di dalamnya serta teknologi atau proses pentransformasian pengetahuan tersebut sehingga dapat berwujud aset intelektual yang akan membentuk modal lainnya yang bernilai tinggi yang dapat menciptakan nilai bagi sebuah perusahaan.

Modal intelektual tidak hanya terkait dengan materi intelektual yang terdapat di dalam diri karyawan perusahaan seperti pendidikan dan pengalaman. Modal intelektual juga terkait dengan materi atau aset perusahaan yang berbasis pengetahuan, atau hasil dari proses transformasi pengetahuan yang dapat berwujud aset *intellectual capital* perusahaan. Modal intelektual adalah pengembangan dari penciptaan pengetahuan baru dan inovasi, penerapan ilmu pengetahuan dan persoalan terkini yang penting ditingkatkan oleh karyawan dan pelanggan, serta kemasan, proses, dan transmisi pengetahuan yang mana perolehan pengetahuan ini diciptakan melalui penelitian dan pembelajaran.

2.1.4.2 Komponen *Intellectual Capital*

Pada umumnya, para peneliti mengidentifikasi komponen *intellectual capital* menjadi tiga bagian meliputi *human capital*, *structural*, (*organizational*)*capital* dan *customer (relational) capital*. Moehariono

(2012:305) menyatakan bahwa “*intellectual capital* terdiri dari tiga elemen utama, yaitu *human capital* (modal manusia), *structural capital* atau *organizational capital* (modal organisasi), dan *relational capital* atau *customer capital* (modal pelanggan)”.

Sementara itu Sangkalan (2006:39) mengelompokkan *intellectual capital* ke dalam dua komponen, yaitu *human capital* dan *structural capital*.

Bontis *et al.*, (2000) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“*Generally, researchers in the field have identified three main constructs of IC that include: human capital, structural capital and customer capital*”. Sedangkan menurut Choudhury (2010) dalam jurnalnya berpendapat bahwa: “*Intellectual capital can be defined as the ‘economic value’ of three categories of intangible assets of a company that includes human capital, organisational capital and social capital collectively*”.

Pires dan Alves (2011) dalam jurnalnya mengidentifikasi modal intelektual sebagai berikut:

“*intellectual capital (IC) to include knowledge, competencies, experience and employees skills (human resources); the research and development activities, routines, procedures, the organization’s systems and databases and intellectual property rights (activities and organizational resources); and resources related to external relations with customers, suppliers and partners in research and development (relational resources)*”.

Selanjutnya Komnienic *et al.*, (2012) dalam jurnalnya menyatakan bahwa :

“*Intellectual capital of a firm is not just knowledge. It consists of human, organizational and relational capital*”.

Sedangkan *International Federation of Accountants* atau IFAC (1998) dalam (Ulum, 2009:29) mengklasifikasikan *intellectual capital* dalam tiga kategori, yaitu : *organizational capital*, *relational capital*, dan *human capital*.

Organizational Capital meliputi a) *intellectual property* dan b) *infrastructure assets*. Tabel 2.1 menyajikan pengklasifikasian tersebut berikut komponen-komponennya.

Tabel 2.1
Klasifikasi *Intellectual Capital*

| <i>Organizational Capital</i> | <i>Relational Capital</i> | <i>Human Capital</i> |
|---|--|--|
| <p><i>Intellectual Property :</i> <i>Patens</i> <i>Copyrights</i> <i>Design rights</i> <i>Trade Secret</i> <i>Trademarks</i> <i>Service marks</i></p> <p><i>Infrastructure Assets :</i> <i>Management philosophy</i> <i>Corporate culture</i> <i>Management Processes</i> <i>Information systems</i> <i>Networking systems</i> <i>Financial relations</i></p> | <p><i>Brands</i> <i>Customers</i> <i>Customers loyalty</i> <i>Backlog orders</i> <i>Company names</i> <i>Distribution channels</i> <i>Bussiness collaboration</i> <i>Licensing agreements</i> <i>Favourable contracts</i> <i>Franchising agreements</i></p> | <p><i>Know-how</i> <i>Education</i> <i>Vocational Qualification</i> <i>Work-related Knowledge</i> <i>Work-related Competencies</i> <i>Enterpreneurial spirit,</i> <i>innovativeness,</i> <i>Proactive and reactive abilities,</i> <i>Changeability</i> <i>Psycometric Valuation</i></p> |

Sumber: International Federation of Accountant atau IFAC (1998) dalam (Ulum, 2009:29-30)

Berikut inidefinisi dari masing-masing komponen modal intelektual, diantaranya:

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

Moeheriono (2012:305) mendefinisikan *human capital* (modal manusia) sebagai berikut:

“*Human capital* merupakan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan

pengetahuan yang dimiliki orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut”.

Sedangkan menurut Sangkala (2006:40):

“*Human capital* (modal manusia) merupakan refleksi dari pendidikan, pengalaman, pengetahuan, intuisi dan keahlian”.

Selanjutnya definisi *Human Capital* menurut Bontis *et al.*, (2001)

dalam jurnalnya adalah sebagai berikut:

“*Human Capital is defined as the combined knowledge, skill, innovativeness and ability of the company’s individual employees to meet the task at hand. It also includes the company’s values, culture and philosophy*”.

Sedangkan menurut Komnenicet *al.*,(2012) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“*Human capital involves not only tacit and explicit knowledge of employees. It also includes employees’ competencies and capabilities in terms of structuring and applying knowledge and skills to perform certain activities*”.

Selanjutnya Sudibya dan Restuti (2014) dalam jurnalnya berpendapat bahwa: “*Human Capital* atau modal manusia adalah keahlian dan kompetensi yang dimiliki karyawan dalam memproduksi barang dan jasa serta kemampuannya untuk dapat berhubungan baik dengan pelanggan”.

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

Human Capital merupakan *life blood* dari modal intelektual yang di dalamnyaterdapat unsur inovasi dan pengembangan.

Human capital adalah kompetensi, pengetahuan, keterampilan, dan kepribadian yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan kegiatan yang bermanfaat sehingga menghasilkan nilai ekonomi bagi perusahaan (Pramudita, 2012). Perusahaan yang mempunyai sumber daya manusia dengan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang unggul, maka dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sehingga mencapai keunggulan kompetitif. Apabila human capital dapat diolah dan dimanfaatkan dengan baik, maka *human capital* akan menjadi sumber daya kunci perusahaan (Kusumo, 2012). Sebagai *human capital*, seorang karyawan harus bisa mengimplementasikan pengetahuan dan kemampuan mereka menjadi tindakan yang sejalan dengan strategi bisnis dan berkontribusi menjadi pencipta value yang berwujud maupun tidak berwujud bagi perusahaan.

2. *Customer Capital (Relational Capital/CC)*

Moehariono (2012:306) mendefinisikan *Relational capital* atau *Costumer capital* (modal pelanggan) sebagai berikut:

“*Relational capital* atau *Costumer capital* (modal pelanggan) merupakan hubungan yang harmonis yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar”.

Sedangkan menurut Bontis (2000) dalam jurnalnya, *customer capital* adalah:

“customer capital is the knowledge embedded in the marketing channels and customer relationships that an organisation develops through the course of conducting business”.

Selanjutnya definisi *relational capital* menurut Komnencic *et al.*, (2012) dalam jurnalnya adalah sebagai berikut:

“Relational capital is the ability to build quality relationships with external stakeholders: customers, suppliers, investors, state and society in general”.

Chen *et al.*, (2009) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“customer capital that behaves as an intermediary bridge in the process of intellectual capital is the main determining factor in transformation of intellectual capital to market value and as a result organizational business performance”.

Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa *relational capital* atau *customer capital* (modal pelanggan) merupakan suatu kemampuan untuk membangun suatu hubungan yang terjalin dengan baik antara perusahaan dengan investor, pelanggan, pemasok, pemerintah, ataupun masyarakat. Modal pelanggan merupakan *association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya (Sawarjuwono dan Kadir, 2003). Hal ini berarti, perusahaan harus mampu menjaga hubungan dengan pihak-pihak eksternal agar pengelolaan sumber daya intelektual, khususnya *customer capital* dapat dimanfaatkan secara optimal.

Elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Customer capital* merupakan hubungan yang harmonis atau *association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitra bisnis, baik yang berasal dari lingkungan internal perusahaan maupun dari lingkungan eksternal perusahaan seperti pemasok, pelanggan yang merasa puas, hubungan perusahaan dengan pemerintah, maupun masyarakat sekitar yang dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Haryanto dan Henny, 2013).

3. *Structural Capital (Organizational Capital/SC)*

Structural capital atau *Organizational capital* (modal organisasi) didefinisikan oleh Moehariono (2012:306) sebagai berikut:

“*Structural capital* atau *organizational capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan”.

Sedangkan menurut Sangkala (2006:47) *Structural capital* atau *Organizational capital* adalah sebagai berikut:

“Bentuk kekayaan yang nyata bagi perusahaan, yang berfungsi sebagai tempat dimana seluruh hasil aktifitas penciptaan nilai yang dihasilkan oleh modal manusia tersimpan dan sebagai infrastruktur bagi modal manusia untuk menjalankan aktifitas penciptaan nilai”.

Selanjutnya definisi *Structural Capital* menurut Bontis *et al.*, (2001) dalam jurnalnya adalah sebagai berikut:

“*Structural Capital is the hardware, software, databases, organizational structure, patents, trademarks and everything else of organizational capability that supports those employees' productivity*”.

Sedangkan menurut Komnenic *et al.*, (2012) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“Organizational capital is the extension and manifestation of human capital in the form of codified knowledge, innovation, organizational structure, corporate culture, intellectual property, business processes and physical and financial structure of a firm”.

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

Structural capital merupakan pengetahuan dalam organisasi yang independen dari orang-orang atau dengan kata lain dapat diartikan sebagai pengetahuan yang tetap ada dalam organisasi meskipun karyawan meninggalkan organisasi tersebut (Rismawati dan Sanjaya, 2013). *Structural capital* adalah sumber daya perusahaan yang dimiliki perusahaan meliputi sistem informasi, teknologi, pengetahuan tentang distribusi pasar, hubungan dengan konsumen, *innovative capital*, *relational capital*, infrastruktur organisasi, dan lain-lain (Diva dan Mitha, 2014).

2.1.4.3 Teori *Intellectual Capital*

Intellectual capital merupakan suatu konsep yang dapat memberikan sumber daya berbasis pengetahuan baru dan mendeskripsikan aset tak berwujud

yang dimiliki perusahaan. Banyak teori yang mendukung tentang *intellectual capital* yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya :

1. *Stakeholder Theory*

Stakeholder adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder is a group or an individual who can affect, or be affected by, the success or failure of an organization* (Luk et al, dalam Nor Hadi. 2011 : 93). Dengan demikian *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal seperti pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Chariri: 2008), dengan alasan tersebut perusahaan akan melakukan aktivitas untuk mencari dukungan, semakin *powerful stakeholder* semakin besar juga usaha perusahaan. Teori *stakeholder* merupakan sekelompok orang atau individu yang diidentifikasi dapat mempengaruhi kegiatan perusahaan ataupun dapat dipengaruhi oleh kegiatan

perusahaan (Ulum,2009). Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa dalam *stakeholder theory* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham,kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis perusahaan, dan pihak lainnya). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh para *stakeholder*.

Hubungan teori *stakeholder* dengan *intellectual capital* harus dipandang dari dua bidang yaitu bidang etika dan bidang manajerial (Deegan dalam Ulum,2009). Bidang etika menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi, dan manajer harus mengelola secara maksimal organisasi untuk penciptaan nilai perusahaan. Dalam menciptakan nilai (*value creation*), perusahaan harus memanfaatkan seluruh potensi yang dimilikinya baik karyawan (*human capital*), asset fisik (*physical capital*), maupun modal structural (*structural capital*). Hal ini dapat meningkatkan nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan yang kemudian akan memaksimalkan nilai perusahaan. Sedangkan bidang manajerial menjelaskan bahwa para *stakeholder* harus mengendalikan sumber daya organisasi jika ingin meningkatkan kesejahteraan mereka. Kesejahteraan ini diwujudkan dengan meningkatnya *return* dihasilkan perusahaan.

Berdasarkan pendapat yang dijelaskan oleh beberapa peneliti, penulis menyimpulkan bahwa teori *stakeholder* merupakan teori dimana semua

stakeholder berhak untuk mendapatkan informasi tentang keadaan perusahaan yang dapat berdampak langsung atau tidak langsung bagi mereka, sehingga perusahaan harus memberikan informasi yang sesungguhnya karena *stakeholder* memiliki kontribusi penting demi berjalannya suatu aktivitas perusahaan.

2. *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi mengatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan masyarakat dari perusahaan. Ghazali dan Chariri, 2007 dalam Fahmi (2012) mengungkapkan definisi teori legitimasi sebagai suatu kondisi atau status yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata atau potensial ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi.

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). Teori *Stakeholder* menunjukkan bahwa komunitas, atau

masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan (Efandiana, 2010).

Nor (2011:89) menyatakan legitimasi dapat diperoleh apabila terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian tersebut, maka pada saat itu keberlangsungan perusahaan dapat terancam. Hal ini dapat menimbulkan kekhawatiran investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut yang pada akhirnya akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktifitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah hal yang diharapkan oleh komunitas. Teori legitimasi bergantung pada premis bahwa terdapat “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi.

Teori legitimasi memiliki hubungan erat dengan pelaporan *intellectual capital*. Perusahaan akan cenderung melaporkan *intellectual capital* mereka jika mereka memiliki tujuan khusus untuk melakukannya. Hal ini terjadi ketika perusahaan menemukan bahwa perusahaan tidak mampu melegitimasi statusnya berdasarkan *tangible assets* yang menjadi indikator kesuksesan perusahaan. Menurut pandangan teori legitimasi perusahaan akan terdorong untuk menunjukkan *intellectual capital* dalam laporan keuangan untuk

memperoleh legitimasi dari publik atas kekayaan intelektual yang dimiliki perusahaan tersebut. Pengakuan legitimasi *public* ini menjadi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan nilai perusahaannya.

Berdasarkan pendapat yang dijelaskan oleh beberapa peneliti, penulis menyimpulkan bahwa teori legitimasi merupakan teori yang berhubungan dengan keinginan masyarakat tentang aktivitas operasi perusahaan, dimana perusahaan bias mengungkapkan *intangible assets* yang dimiliki perusahaan, khususnya dalam penelitian ini yang berkaitan dengan *intellectual capital*.

3. *Resources Based Theory* (RBT)

Teori sumber daya (*resources based theory*) membahas bagaimana perusahaan dapat mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai keunggulan kompetitif. sumber daya perusahaan adalah heterogen, tidak homogen, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya yang memberikan karakteristik yang unik bagi tiap-tiap perusahaan. Jay Barney, (dalam Pramestiningrum, 2013), menjelaskan bahwa menurut pandangan *Resource-Based Theory* perusahaan akan semakin unggul dalam persaingan usaha dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik dengan cara memiliki, menguasai, dan memanfaatkan aset - aset strategis yang penting (aset berwujud dan tidak berwujud).

Resources-based theory (RBT) atau teori berbasis sumber daya adalah suatu teori yang dikembangkan untuk menganalisis keunggulan bersaing suatu perusahaan yang menonjolkan keunggulan pengetahuan (*knowledge/learning*

economy) atau perekonomian yang mengandalkan aset-aset tak berwujud (*intangible assets*). *Resources-based theory* pertama kali dipelopori oleh Penrose pada tahun 1959 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 Kor dan Mahoney, (dalam Pramestiningrum, 2013).

Resources Based Theory meyakini bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila perusahaan tersebut memiliki sumber daya yang unggul, ini berarti semakin perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya yg tersedia baik yang berwujud maupun tidak berwujud maka nilai perusahaannya pun akan meningkat.

2.1.4.4 Pengukuran *Intellectual Capital*

Intellectual capital merupakan komitmen dan kompetensi dari karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Perusahaan yang memiliki karyawan dengan kompetensi tinggi tetapi komitmennya rendah tidak akan berhasil, begitu juga sebaliknya. Kedua faktor tersebut (komitmen dan kompetensi) sangat penting dan tidak dapat dikesampingkan. Nilai yang rendah pada salah satu faktor akan menyebabkan penurunan nilai keseluruhan *intellectual capital* secara signifikan.

Dalam penelitian ini, *intellectual capital* akan diukur dengan VAICTM, yang dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added* (VA), yang juga merupakan selisih antara input dan output. Sedangkan VA itu sendiri dipengaruhi oleh efisiensi *human capital* (HC) dan *structural capital* (SC).

Selanjutnya hubungan antara VA dengan *capital employed* (CE) atau dana yang tersedia, yang diformulasikan dengan VACA.

Hubungan selanjutnya adalah VA dan *human capital* (HC) yang diformulasikan dengan VAHU. VAHU menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Yang terakhir adalah hubungan antara rasio VA terhadap *structural capital* (SC) yang diformulasikan dengan STVA. STVA mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. Selanjutnya adalah menghitung kemampuan intelektual perusahaan dengan menjumlahkan koefisien-koefisien yang telah dihitung sebelumnya. Hasil penjumlahan tersebut diformulasikan dalam VAICTM (Ulum, 2009: 86). Adapun komponen dari VAICTM yang dikutip oleh Ulum (2009: 88) adalah sebagai berikut:

1. *Value Added Capital Employed* (VACA)

Value Added Capital Employed (VACA) menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari *capital employed* terhadap *value added* organisasi (Ulum, 2008). *Value Added Capital Employed* merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya berupa *capital asset* yang apabila dikelola dengan baik akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Mainkaiw (dalam Rifqi, 2009) mendefinisikan *Physical capital* sebagai material yang digunakan sebagai input dalam produksi dari barang dan jasa yang akan datang. *Physical capital* (VACA - *Value Added Capital Employed*) dapat dihitung :

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

(Sumber: Ulum, 2009:89)

Dimana :

Value Added (VA) = Selisih antara output dan input.

Capital Employed (CE) = Dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

2. *Value Added Human Capital* (VAHU)

Value Added Human Capital (VAHU) menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam *human capital* terhadap *value added* organisasi. *Human capital* merepresentasikan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya. *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.

Human capital (modal manusia) mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki orang-orang dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. Perusahaan tidak dapat menciptakan pengetahuan dengan sendirinya tanpa inisiatif dari individu yang terlibat dalam proses organisasi. Oleh karena itu *human capital* sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena *human capital* merupakan penggabungan sumberdaya-sumberdaya *intangibile* yang

melekat dalam diri anggota organisasi. *Human capital* merupakan akumulasi nilai-nilai investasi dalam pelatihan karyawan dan kompetensi sumber daya manusia.

Human capital menjadi sangat penting karena merupakan aset perusahaan dan sumber inovasi serta pembaharuan. Karyawan dengan *human capital* yang tinggi akan lebih memungkinkan untuk memberikan layanan yang berkualitas sehingga dapat mempertahankan maupun menarik pelanggan baru. Jika informasi mengenai kualitas layanan suatu perusahaan tersedia, tingkat pendidikan dan pengalaman dapat bertindak sebagai indikator kemampuan dan kompetensi perusahaan tersebut, sehingga diharapkan dalam era berikutnya perusahaan lebih mepedulikan *human capital* yang dimiliki. *Human capital* (VAHU - *Value Added Human Capital*) dapat dihitung dengan formulasi sebagai berikut :

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

(sumber: Ulum, 2009:89)

Dimana :

Value Added (VA) = Selisih antara output dan input.

Human Capital = Nilai investasi dalam HC

3. *Structural Capital Value Added* (STVA)

Structural Capital Value Added (STVA) jumlah *structural capital* yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan *structural capital* dalam penciptaan nilai.

Structural capital (modal organisasi) merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufacturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan.

Structural capital meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi. Termasuk dalam hal ini adalah *database, organizational charts, process manuals, strategies, routines* dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar daripada nilai materialnya. (Ulum, 2009).

Menurut Ulum (2009:90), *structural capital* dalam suatu perusahaan terdiri atas empat elemen yaitu:

- 1) *System*, merupakan cara dimana proses organisasi (informasi, komunikasi, dan pembuatan keputusan) dan output (*product, service, dan capital proceed*) dijalankan.
- 2) *Structure*, merupakan penyusunan tanggung jawab dan penghitungan yang mendefinisikan posisi dan hubungan diantara anggota-anggota organisasi.
- 3) *Strategy*, merupakan tujuan-tujuan organisasi dan cara untuk mencapainya.
- 4) *Culture*, merupakan penjumlahan opini-opini individual, pemikiran bersama, nilai-nilai dan norma dalam organisasi.

Perusahaan dengan *structural capital* yang kuat akan memiliki dukungan budaya yang memungkinkan perusahaan untuk mencoba sesuatu, untuk belajar, dan untuk mencoba kembali sesuatu. Konsep *intellectual capital* memungkinkan *intellectual capital* untuk diukur dan

dikembangkan dalam suatu perusahaan. *Structural capital* (STVA - *Structural Capital Value Added*) dapat dihitung dengan formulasi sebagai berikut :

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

(Sumber: Ulum, 2009:90)

Dimana :

$$Structural\ Capital\ (SC) = VA - HC$$

Sehingga formulasi perhitungan VAIC™ adalah :

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

Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™) mengindikasikan kemampuan intelektual organisasi. VAIC™ dapat juga dianggap sebagai BPI (*Business Performance Indicator*).

2.1.5 Kinerja Keuangan

2.1.5.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan. Kinerja keuangan menurut Munawir, (2010) adalah :

“Prestasi kerja yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dan tertuang pada laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.

Kinerja keuangan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya.”

Menurut Irham Fahmi (2012:2) kinerja keuangan adalah:

“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”.

Definisi Kinerja Keuangan Menurut Mulyadi (2007:2):

“Kinerja keuangan adalah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya”.

Sedangkan pengertian kinerja keuangan menurut Jumingan (2009:239) adalah sebagai berikut:

“Kinerja keuangan adalah 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”.

Kinerja keuangan mengukur kinerja perusahaan dalam memperoleh laba dan nilai pasar. Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh individu atau kelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai tujuan organisasi, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Menurut Suryaningsih, (2012) ukuran kinerja yang umum digunakan yaitu ukuran kinerja keuangan. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan secara periodik yang menggambarkan posisi keuangan perusahaan. Ukuran kinerja biasanya diwujudkan dalam profitabilitas,

pertumbuhan, dan nilai pemegang saham. Variabel kinerja keuangan digunakan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan di masa lalu. Selain itu, ukuran keuangan tersebut dilengkapi dengan ukuran non keuangan tentang kepuasan konsumen, produktifitas, dan *cost effectiveness*, proses bisnis, produktifitas dan komitmen perusahaan untuk menentukan kinerja keuangan perusahaan di masa yang akan datang (Fajarini dan Firmansyah, 2012).

Masalah keuangan merupakan salah satu masalah yang sangat vital bagi perusahaan dalam perkembangan bisnis disemua perusahaan. Salah satu tujuan utama didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Namun berhasil tidaknya perusahaan dalam mencari keuntungan dan mempertahankan perusahaannya tergantung pada manajemen keuangan. Perusahaan harus memiliki kinerja keuangan yang sehat dan efisien untuk mendapatkan keuntungan atau laba (Faradina dan Gayatri, 2016). Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Sudibya dan Restuti, 2016).

2.1.5.2 Tahap-tahap dalam Menganalisis Kinerja Keuangan

Menurut Irham Fahmi (2012:3) 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 memberikan 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 dipergunakan untuk melakukan perbandingan ini ada dua, di antaranya ;
 - a. *Time series analysis*, yaitu membandingkan secara antarwaktu 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.
 4. 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.
 5. 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”.

2.1.5.3 Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan dapat dilihat pada analisis laporan keuangan. Salah satu analisis laporan keuangan yang paling umum digunakan adalah analisis rasio keuangan. Brigham *et al.*, (2014:101-102) membagi rasio menjadi 5 kategori, diantaranya sebagai berikut:

1. *Liquidity ratios, which give us an idea of the firm's ability to pay off debts that are maturing within a year.*
2. *Asset management ratios, which give us an idea how efficiently the firm is using its assets.*
3. *Debt management ratios, which give us an idea of how the firm has financed its assets as well as the firm's ability to repay its long-term debt.*

4. *Profitability ratios, which give us an idea of how profitably the firm is operating and utilizing its assets.*
 5. *Market value ratios, which bring in the stock price and give us an idea of what investors think about the firm and its future prospects”.*
- Selanjutnya menurut Irham Fahmi (2012:15) Analisis Rasio tersebut yaitu

di antaranya sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas, yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutang jangka pendeknya. Meliputi *cash ratio, current ratio, acid test ratio* atau *quick ratio*.
2. Rasio Leverage, yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kebutuhan dana perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Meliputi *debt to total assets ratio, debt to equity ratio, dan time interest earned*.
3. Rasio Aktivitas, yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber dananya. Meliputi *inventory turnover, receivable turnover, fixed assets turnover, dan other assets turnover*.
4. Rasio Profitabilitas, yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Meliputi *profit margin, Return On Investment (ROI), Return on Equity (ROE), Return on Assets (ROA), dan Earning PerShare (EPS)*.

Menurut Brigham *et al.*, (2014:111):

“Profitability ratios a group of ratios that show the combined effects of liquidity, assets management, and debt on operating results”.

Sedangkan menurut I Made Sudana (2011:22):

“Rasio Profitabilitas ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti, aktiva ,modal, atau penjualan perusahaan.”

Dimensi-dimensi konsep profitabilitas dapat menjelaskan kinerja manajemen perusahaan. Konsep profitabilitas ini dalam teori keuangan sering digunakan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan mewakili kinerja manajemen. Umumnya dimensi profitabilitas memiliki hubungan kausalitas terhadap nilai perusahaan (Harmono, 2013:110).

Rasio profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pemilikusaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak yang memiliki hubungan ataukepentingan dengan perusahaan. Tujuan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupunbagi pihak luar menurut Kasmir (2012:197), yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Dan tujuan lainnya.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh menurut Kasmir (2012:198) adalah untuk :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Dan tujuan lainnya.

Rasio Profitabilitas, yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaandalam mendapatkan keuntungan di antaranya:

a. Return On Investment (ROI)

Pengertian ROI menurut Munawir (2002:89) adalah :

“Salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dan untuk menghasilkan keuntungan.”

Rumus yang digunakan untuk menghitung ROI adalah:

$$ROI = \frac{EAT}{Total\ Assets} \times 100\%$$

Sumber: Gilman (2012:81)

Return On Investment (ROI), dapat digunakan dalam menganalisis kinerja keuangan, dimana dalam analisis laporan keuangan mempunyai arti yang penting sebagai salah satu teknik analisis yang biasanya digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

b. Return On Asset (ROA)

Menurut Selamat Riyadi (2006:156):

“*Return on Assets* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara laba sebelum pajak dengan total asset bank, rasio ini mengukur tingkat efisiensi pengelolaan asset yang dilakukan oleh bank yang bersangkutan. Semakin tinggi ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank sehingga semakin tinggi tingkat ROA menunjukkan tingkat efisiensi suatu bank. Laba sebelum pajak adalah laba bersih dari kegiatan operasional sebelum pajak. Sedangkan rata-rata total asset adalah rata-rata volume usaha atau aktiva.”

Menurut Mamduh M. Hanafi (2009:159):

“ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. Variasi dalam perhitungan ROA, disamping perhitungan seperti sebelumnya, adalah dengan memasukan biaya pendanaan. Dividen yang merupakan biaya pendanaan dengan saham analisis ROA tidak diperhitungkan. Biaya bunga ditambahkan ke laba yang diperoleh perusahaan.”

Rumus yang digunakan untuk menghitung ROA adalah:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aktiva Rata-rata}}$$

Sumber: Mamduh M. Hanafi (2009:159)

ROA mengukur efisiensi suatu perusahaan dari keuntungan yang dihasilkan dari setiap aset yang dimiliki perusahaan. ROA menunjukkan

seberapa baik suatu perusahaan menggunakan dana investasi untuk menghasilkan pertumbuhan pendapatan. ROA berguna untuk membandingkan profitabilitas antar perusahaan dengan membandingkan perusahaan dalam industri yang sama. Investor yang akan membeli saham akan tertarik dengan ukuran profitabilitas tersebut (Pramudita, 2012).

Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor terpenting bagi perusahaan karena apabila kinerja keuangan perusahaan baik maka investor akan tertarik untuk berinvestasi. Pada penelitian ini pengukuran kinerja keuangan menggunakan return on asset (ROA) karena penelitian ini berhubungan dengan aset yang dimiliki oleh perusahaan yaitu *intellectual capital*.

c. Return On Equity (ROE)

Return On Equity (ROE) merupakan salah satu alat utama investor yang digunakan dalam menilai kelayakan suatu saham. Dalam perhitungan secara umum ROE dihasilkan dari pembagian laba dengan ekuitas selama satu tahun terakhir. Hubungan antara harga saham seharusnya (nilai intrinsik) atau nilai perusahaan dengan *return on equity* (ROE) adalah positif, yaitu semakin besar hasil yang diperoleh dari *equity*, semakin besar harga saham atau nilai perusahaan (Kodrat dan Herdinata, 2009:32).

Menurut Brigham *et al.*, (2014:113) ROE adalah:

“The ratio of net income to common equity; measures the rate of return on common stockholders’ investment”.

Lebih lanjut Brigham *et al.*, (2014:114) menyatakan bahwa:

“ROE reflects the effects of all of the other ratios, and it is the single best accounting measure of performance. Investors like a high ROE, and high ROEs are correlated with high stock prices”.

Rumus yang digunakan untuk menghitung ROE adalah:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Common Equity}}$$

Sumber: Brigham *et al.*, (2014:113)

d. Earning Per Share (EPS)

Komponen penting pertama yang harus diperhatikan dalam analisis perusahaan adalah laba per lembar saham atau lebih dikenal sebagai *Earning PerShare* (EPS) (Tandelilin, 2010:373). EPS merupakan perbandingan antara laba bersih setelah bunga dan pajak dengan jumlah saham beredar. Hasil ini menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang dibagikan kepada seluruh pemegang saham.

Nilai EPS sudah tersaji dan dapat dilihat dalam laporan keuangan perusahaan. Namun demikian, nilai EPS dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Sumber: Tandelilin (2010:374)

Laba bersih setelah bunga dan pajak adalah laba tahu berjalan yang terdapat dalam laporan laba rugi komprehensif suatu perusahaan. Jumlah saham beredar adalah jumlah saham yang dipegang oleh

investor, termasuk saham yang dimiliki oleh eksekutif perusahaan dan masyarakat investor umum.

2.1.6 Nilai Perusahaan

2.1.6.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Menurut Brigham (2010:7) berbagai kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham.

Definisi nilai perusahaan menurut Agus Sartono (2010:487):

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

Sedangkan Menurut Gitman (2006:352) Nilai perusahaan adalah:

“the actual amount per share of common stock that would be received if all the firm’s assets were sold for their market value”.

Menurut Martono dan Harjito (2010:13):

“Memaksimumkan nilai perusahaan disebut sebagai memaksimumkan kemakmuran pemegang saham (*stakeholder wealth maximation*) yang dapat diartikan juga sebagai memaksimumkan harga saham biasa dari perusahaan (*maximizing the price of the firm’s common stock*)”.

Sedangkan I Made Sudana (2011:8) berpendapat bahwa:

“Tujuan normatif suatu perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi para pemegang saham yang dalam jangka pendek bagi perusahaan *go public* tercermin pada harga pasar saham perusahaan yang bersangkutan di pasar modal”.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaan juga baik. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan dalam beberapa literatur disebut dengan beberapa istilah diantaranya, price to book value yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham dan market to book ratio adalah rasio saat ini harga saham dengan nilai buku per saham (Dewi, 2011).

Menurut Fama dalam Amnah dan Barbara (2011) nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif terhadap pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Jensen dalam Suryaningsih (2012), menjelaskan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan tidak hanya nilai ekuitas saja yang harus diperhatikan, tetapi juga semua klaim keuangan seperti hutang, warran, maupun

saham preferen. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan.

2.1.6.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat diperhatikan investor dalam pertimbangan berinvestasi. Apabila nilai suatu perusahaan tinggi maka investor akan tertarik untuk berinvestasi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang dikemukakan oleh Welley (2015) yaitu :

1. Struktur Modal

Struktur modal yang optimal dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Jika ingin menaikkan nilai perusahaan maka hutang sebaiknya digunakan, sehingga rasio hutang yang memaksimalkan nilai perusahaan adalah struktur modal yang optimal. Hutang dapat memaksimalkan nilai perusahaan jika manfaat dari hutang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang ditimbulkan oleh hutang.

2. Profitabilitas

Profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang diterima oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi memberikan sinyal positif bagi investor sehingga investor

akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi.

3. Resiko Perusahaan

Semakin tinggi resiko perusahaan maka semakin tinggi return yang diharapkan, namun dengan resiko yang tinggi harga saham cenderung rendah sehingga dengan harga saham yang rendah mencerminkan nilai perusahaan yang rendah.

2.1.6.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja keuangan perusahaan secara riil (Harmono, 2013:50).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan suatu rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut I Made Sudana (2011:23) bahwa :

“Rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*).”

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Price To Book Value* (PBV). PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan (Sunarsih dan Mendra, 2012). Rasio PBV merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku ekuitas. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa pasar semakin percaya akan prospek perusahaan tersebut. Rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan atau *price book value* (PBV), menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai

relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV dipilih sebagai ukuran nilai perusahaan karena menggambarkan besarnya penghargaan yang diberikan pasar atas modal intelektual yang dimiliki perusahaan.

Menurut Irham Fahmi (2012:138) Adapun rumus menghitung *Price Book Value* adalah sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{harga pasar per saham}}{\text{nilai Buku Per saham}}$$

Sumber: Irham Fahmi (2012:128)

Menurut Brigham *et al.*, (2014:115) Market/Book (M/B) Ratio adalah:

“*The ratio of a stock’s market price to its book value*”.

Tahap pertama, menghitung nilai buku per saham dengan rumus berikut ini:

$$\text{Book Value per Share} = \frac{\text{Common equity}}{\text{Shares Outstanding}}$$

Kemudian membagi harga saham per saham dengan nilai buku per saham untuk mengetahui nilai *Market/Book (M/B) Ratio*.

$$\text{Market/Book (M/B) Ratio} = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Sumber: Brigham *et al.*, (2014:115)

Rasio ini mengukur penilaian pasar keuangan terhadap manajemen dan organisasi perusahaan selagi *going concern*. Nilai buku saham mencerminkan nilai historis dari aktiva perusahaan. Perusahaan yang dikelola dengan baik dan beroperasi secara efisien dapat memiliki nilai pasar yang lebih tinggi dari pada nilai buku asetnya (I Made Sudana, 2011: 24). *Price Book Value* mengaitkan total kapitalisasi pasar perusahaan dengan dana para pemegang saham. Rasio ini

membandingkan nilai di pasar saham dalam perusahaan. Rasio ini merupakan persepsi para investor tentang kinerja perusahaan dilihat dari laba, kekuatan neraca, likuiditas, dan pertumbuhan.

2.1.7 Penelitian Sebelumnya

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yaitu:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

| Penulis | Judul | Variabel | Hasil Penelitian |
|--------------------|--|--|--|
| Chen et al. (2005) | <i>An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms' market value and financial performance</i> | <i>Intellectual Capital (X)</i> Nilai Pasar (Y) Kinerja Keuangan (Y) | -IC berpengaruh terhadap nilai pasar dan kinerja perusahaan -R&D berpengaruh kinerja perusahaan |
| Tan et al. (2007) | <i>Intellectual capital and financial returns of companies</i> | <i>Intellectual Capital (X)</i> Kinerja Keuangan (Y) | -IC berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, baik masa kini maupun masa mendatang -Rata-rata pertumbuhan IC berhubungan positif dengan kinerja perusahaan di masa mendatang -Kontribusi IC terhadap kinerja perusahaan berbeda berdasarkan jenis industrinya |

| | | | |
|--|--|---|--|
| Dwi Rahmalia (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2011) | Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Kinerja Perusahaan <i>Automotive And Allied product</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2011 | <i>Intellectual Capital</i> (X) Kinerja Perusahaan (Y) | - <i>Intellectual Capital</i> (yang diukur dengan VAIC TM), modal fisik, dan modal finansial berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan <i>Automotive And Allied Product</i> selama tahun 2007-2011. |
| Wahyu Widarjo (2011) | Pengaruh Modal Intelektual dan Pengungkapan Modal Intelektual Pada Nilai Perusahaan | Modal Intelektual (X1) Pengungkapan Modal Intelektual (X2) Nilai Perusahaan (Y) | -IC berpengaruh terhadap nilai pasar dan kinerja perusahaan -R&D berpengaruh kinerja perusahaan <i>Intellectual capital and financial returns of companies</i> -Modal Intelektual yang diukur dengan VAICTM tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan -Pengungkapan Modal Intelektual berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan setelah penawaran umum saham perdana |
| Ni Made Sunarsih dan Ni Putu Yuria Mendra(2012) | Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia | Modal Intelektual (X) Kinerja Keuangan (Y) Nilai Perusahaan (Z) | -Modal Intelektual berpengaruh positif pada Kinerja Keuangan Perusahaan -Modal Intelektual tidak berpengaruh pada Nilai Pasar Perusahaan -Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening mampu memediasi hubungan antara Modal Intelektual dan Nilai |

| | | | Perusahaan |
|---|--|--|---|
| Mursylda Mahmud (Universitas Islam Indonesia, 2013 Yogyakarta) | Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Pasar Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia | <i>Intellectual Capital</i> (X) Kinerja Keuangan (Y1) Nilai Pasar (Y2) | -Menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji analisis diketahui bahwa biaya <i>advertising</i> tidak menjadi indikator untuk mengukur <i>Intellectual capital</i> dan juga <i>leverage</i> tidak menjadi indikator untuk mengukur variabel kontrol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Intellectual Capital</i> mempunyai hubungan positif terhadap kinerja keuangan dan nilai pasar. |
| Diva Cicilya Nunki Arun Sudibya dan MI Mitha Dwi Restuti (2014) | Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening | Modal Intelektual (X) Kinerja Keuangan (Y) Nilai Perusahaan (Z) | -Modal Intelektual berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan -Modal Intelektual berpengaruh positif pada Nilai Perusahaan -Terdapat pengaruh baik langsung maupun tidak langsung antara Modal Intelektual dengan Nilai Perusahaan. Selain itu Modal Intelektual terbukti lebih baik berpengaruh secara langsung terhadap Nilai Pasar Perusahaan daripada dimediasi oleh Kinerja Keuangan |
| Rahma Nurul Aida | Pengaruh Modal Intelektual dan | Modal Intelektual(X1) | -Modal intelektual tidak berpengaruh |

| | | | |
|--------------------------|---|--|---|
| Dan Evi Rahmawati (2015) | Pengungkapannya Terhadap Nilai Perusahaan Efek Intervening Kinerja Perusahaan | Pengungkapan Modal Intelektual(X2) Kinerja Perusahaan (Y) Nilai Perusahaan (Z) | terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan -Modal intelektual berpengaruh positif secara tidak langsung Terhadap nilai perusahaan dengan kinerja perusahaan sebagai variabel intervening -Pengungkapan modal intelektual berpengaruh Positif terhadap kinerja perusahaan -Pengungkapan modal intelektual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan -Pengungkapan modal intelektual berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan dengan kinerja perusahaan sebagai variabel intervening |
| Rhoma Simarmata (2016) | Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan Perbankan Indonesia | <i>Intellectual Capital (X)</i> Kinerja Keuangan (Y1) Nilai Perusahaan (Y2) | - <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan (ROA) dan Nilai Perusahaan (PBV) |

Ada beberapa perbedaan dari penelitian-penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Perbedaan itu terletak pada periode

waktu penelitian. Objek penelitian yang akan diteliti adalah Perusahaan Jasa Sub Sektor Perbankan yang terdaftar di BEI Periode 2013-2017.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan

Teori *stakeholder* memberikan argumen bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder*. Dalam konteks untuk menjelaskan tentang konsep *Intellectual capital* (IC) atau modal intelektual, teori *stakeholder* dapat dipandang dari dua bidang yaitu bidang etika dan bidang manajerial. Bidang etika berargumen bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder*. Aspek etika akan terpenuhi jika manajer mampu mengelola perusahaan dalam proses penciptaan nilai.

Penciptaan nilai dalam konteks ini adalah dengan memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki perusahaan, baik karyawan (*humancapital*), 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, 2009:6). Selain itu jika *Intellectual Capital* merupakan sumberdaya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, maka *IntellectualCapital* akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan (Ulum,2009:94).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sunarsih dan Mendra (2012) menunjukkan bahwa modal intelektual berpengaruh positif pada kinerja keuangan. Sunarsih dan Mendra (2012) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“Semakin efisien perusahaan mengelola sumber daya intelektual (*physical capital, human capital dan structural capital*) yang dimiliki perusahaan akan memberikan hasil yang meningkat yang ditunjukkan dari peningkatan kinerja keuangan perusahaan”.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sudibya dan Restuti (2014), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan perusahaan. Sudibya dan Restuti (2014) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“Pemanfaatan modal intelektual secara efektif dan efisien akan berkontribusi signifikan terhadap pencapaian keunggulan kompetitif dan selanjutnya akan tercermin dalam kinerja perusahaan yang baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa jika modal intelektual dikelola dengan baik oleh perusahaan maka dapat meningkatkan kinerja perusahaan”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sirojudin dan Nazaruddin (2014) menyatakan bahwa Modal intelektual berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja perusahaan. Sirojudin dan Nazaruddin (2014) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“*Intellectual capital* diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan maupun kinerja keuangan karena dalam *Intellectual capital* terdiri dari tiga komponen penting yaitu *human capital, structural capital, dan customer capital* yang masing-masing saling berhubungan dan secara sinergi membentuk *intellectual capital* yang akan meningkatkan kinerja perusahaan”.

Hasil dari penelitian Faradina dan Gayatri (2016) menunjukkan bahwa, *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Faradina dan Gayatri (2016) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“Semakin baik perusahaan dalam mengelola *intellectual capital* maka akan memberikan hasil yang meningkat pada kinerja keuangan perusahaan, dimana dalam mengelola *intellectual capital* yang baik ditunjukkan oleh perusahaan dengan adanya kondisi aktivitas kinerja yang sehat, adanya komunikasi yang baik antara karyawan maupun manager, serta karyawan menjalankan *JobDescription* dengan baik dan efektif dan perusahaan menerapkan sistem evaluasi untuk mengarahkan tujuan atau target perusahaan tercapai”.

Salah satu pendekatan dalam penelitian dan pengukuran *knowledge asset* (aset pengetahuan) adalah *intellectual capital*. Kesadaran perusahaan terhadap pentingnya *intellectual capital* merupakan landasan bagi perusahaan untuk lebih unggul dan kompetitif. Keunggulan perusahaan sendirinya akan memberikan *valuable added* bagi perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja keuangan perusahaan secara riil (Harmono, 2013:50). Hubungan antara harga saham seharusnya (nilai intrinsik) atau nilai perusahaan dengan *return on equity* (ROE) adalah positif, yaitu semakin hasil yang diperoleh dari *equity*, semakin besar harga saham atau nilai perusahaan (Kodrat dan Herdinata, 2009:32).

Menurut Fakhruddin (2008:4) peningkatan laba merupakan salah satu faktor penting bagi terciptanya keunggulan daya saing perusahaan secara berkelanjutan dan pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan harga saham. Peningkatan harga saham merupakan wujud apresiasi investor terhadap kinerja perusahaan serta keyakinan akan peningkatan kinerja ke depan yang tentunya memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Dimensi-dimensi konsep profitabilitas dapat menjelaskan kinerja manajemen perusahaan. Konsep profitabilitas ini dalam teori keuangan sering digunakan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan mewakili kinerja manajemen. Umumnya dimensi profitabilitas memiliki hubungan kausalitas terhadap nilai perusahaan (Harmono, 2013:110).

Sunarsih dan Mendra (2012) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“Pasar akan memberikan penilaian yang lebih tinggi kepada perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang meningkat, kinerja keuangan yang meningkat akan direspon positif oleh pasar sehingga meningkatkan nilai perusahaan”.

Yuskar dan Dhia Novita (2014) dalam penelitiannya menemukan bahwa kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROE dan EPS berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang dihitung dengan *Price to book value*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *return on equity* (ROE) dan *earning per share* (EPS) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menandakan bahwa tingkat pengembalian masih menjadi suatu tolak ukur bagi investor untuk menilai suatu perusahaan apakah berada dalam *good performance* atau tidak.

Sudibya dan Restuti (2014) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“Semakin tinggi kinerja keuangan yang biasanya dilihat dengan rasio keuangan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Melalui rasio-rasio keuangan tersebut dapat dilihat tingkat keberhasilan manajemen perusahaan mengelola aset dan modal yang dimilikinya untuk memaksimalkan nilai perusahaan”.

Bagi perusahaan menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah suatu keharusan agar sahamnya tetap eksis dan tetap diminati investor. Laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan merupakan cerminan kinerja keuangan

perusahaan. Seperti penelitian yang dilakukan Rizqi Zulmiati (Universitas Diponegoro Semarang, 2012), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tidak semua komponen *intellectual capital* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. *Innovation capital* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan *customer capital*. *Human capital* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *customer capital* serta kinerja perusahaan. *Customer capital* memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kinerja perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Para *stakeholder* akan lebih menghargai perusahaan yang memiliki *intellectual capital* yang unggul dari perusahaan lain karena *intellectual capital* yang unggul akan membantu perusahaan untuk memenuhi kepentingan seluruh *stakeholder*. Sebagai salah satu *stakeholder* perusahaan, para investor di pasar modal akan menunjukkan apresiasi atas keunggulan *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan dengan berinvestasi pada perusahaan tersebut. Pertambahan investasi tersebut akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

Intellectual capital atau modal intelektual merupakan suatu paradigma baru yang sebelumnya lebih menekankan pada *physical capital* (modal fisik) namun seiring perkembangan teknologi informasi dan ilmu pengetahuan yang pesat, telah memicu tumbuhnya ketertarikan dalam *intellectual capital*. Dari perspektif strategik, *intellectual capital* dapat digunakan untuk menciptakan dan menggunakan *knowledge* untuk memperluas nilai perusahaan (Ulum, 2009:24).

Mursylda Mahmud (Universitas Islam Indonesia, 2013 Yogyakarta), Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan model *public-value Added Intellectual Coefficients* (VAIC) biaya *research & development*, biaya *advertising*, variabel kontrol ukuran perusahaan dan *leverage* pada kinerja keuangan. Juga menggunakan smart PLS untuk analisis data. Penelitian ini Menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji analisis diketahui bahwa biaya *advertising* tidak menjadi indikator untuk mengukur *intellectual capital* dan juga *leverage* tidak menjadi indikator untuk mengukur variabel kontrol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* mempunyai hubungan positif terhadap kinerja keuangan dan nilai pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Sirojudin dan Nazaruddin (2014) menemukan bahwa modal intelektual berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sirojudin dan Nazaruddin (2014) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“Semakin tinggi modal intelektual yang dimiliki perusahaan ternyata berpengaruh pada nilai perusahaan. Dalam hal ini investor akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang lebih 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”.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rhoma (2016), dalam hasil pengujiannya menemukan bahwa VAICTM berpengaruh signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan. Rhoma (2016) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“Sesuai dengan *Resource Based Theory* (RBT), perusahaan yang mengelola sumber daya intelektualnya secara maksimal akan mampu menciptakan *value added* yang lebih besar dan keunggulan kompetitif”.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sudibya dan Restuti (2014) berhasil membuktikan bahwa modal intelektual berpengaruh langsung pada nilai perusahaan. Sudibya dan Restuti (2014) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

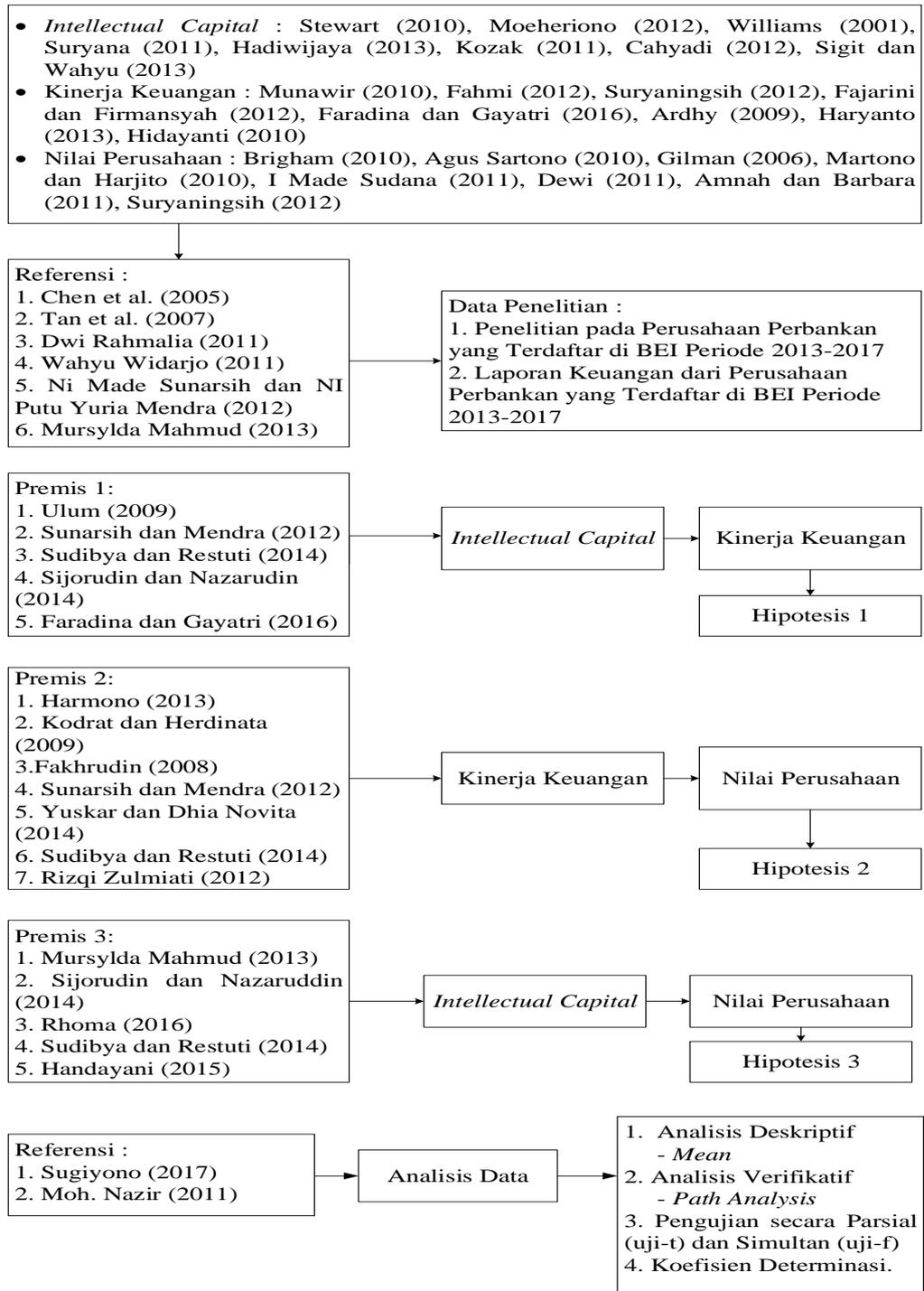
“Pasar telah memberikan penilaian yang lebih tinggi pada perusahaan yang memiliki modal intelektual yang lebih tinggi. Secara teori, kekayaan intelektual yang dikelola secara efisien oleh perusahaan akan meningkatkan apresiasi pasar terhadap nilai pasar perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pengelolaan dan penggunaan modal intelektual secara efektif terbukti mampu meningkatkan nilai perusahaan yang dalam penelitian ini diukur dengan rasio *price to book value* (PBV)”.

Handayani (2015) dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa bahwa *Value Added Human Capital* (VAHC), *Value Added Capital Employed* (VACE) dan *Structural Capital Value Added* (SCVA) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Handayani (2015) dalam jurnalnya menyatakan bahwa:

“Nilai pasar perusahaan dapat meningkat apabila kekayaan intelektual yang dimiliki perusahaan dikelola dengan baik. Investor cenderung akan memberikan apresiasi lebih terhadap perusahaan yang mampu mengelola modal intelektual karena hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut akan mampu menciptakan nilai tambah bagi perusahaannya dan secara tidak langsung akan meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya”.

Berdasarkan uraian teori di atas maka kerangka pemikiran yang digunakan oleh penulis dapat dijelaskan dalam bagan sebagai berikut:

Landasan Teori



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan sebelumnya, maka langkah selanjutnya penulis mencoba mengemukakan sebuah hipotesis.

Pengertian hipotesis menurut Sugiyono (2017:63) adalah sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, menjadi landasan bagi penulis untuk mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Jasa Sektor Keuangan Sub Sektor Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
2. Terdapat pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Jasa Sektor Keuangan Sub Sektor Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
3. Terdapat pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Jasa Sektor Keuangan Sub Sektor Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
4. Terdapat pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variable intervening pada Perusahaan Jasa Sektor Keuangan Sub Sektor Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.