

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Intellectual Capital (IC)*

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

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

| PERIODE | PERKEMBANGAN |
|---------------------|---|
| Awal 1980-an | Muncul pemahaman umum tentang <i>intangible value</i> (biasanya disebut “ <i>goodwill</i> ”) |
| Pertengahan 1980-an | Era informasi (<i>information age</i>) memegang peranan, dan selisih (<i>gap</i>) antara nilai buku dan nilai pasar semakin tampak jelas di beberapa perusahaan |
| Akhir 1980-an | Awal usaha para konsultan (praktisi) untuk membangun laporan/akun yang mengukur <i>intellectual capital</i> (Sveiby, 1998) |

| | |
|---------------------|--|
| Awal 1990-an | <p>Prakarsa secara sistematis untuk mengukur dan melaporkan persediaan perusahaan atas <i>intellectual capital</i> kepada pihak eksternal (misalnya: Celemi dan Skandia; SCS, 1995)</p> <p>Pada tahun 1990, Skandia AFS menugaskan Leif Edvinsson sebagai “Direktur <i>Intellectual Capital</i>”. Hal ini adalah untuk kali pertama bahwa tugas pengelolaan <i>intellectual capital</i> diangkat pada posisi formal dan mendapatkan legitimasi perusahaan. Kaplan dan Norton memperkenalkan konsep tentang <i>Balanced scorecard</i> (1992).</p> |
| Pertengahan 1990-an | <p>Nonaka dan Takeuchi (1995) mempresentasikan karya yang sangat berpengaruh terhadap “penciptaan pengetahuan perusahaan”. Meskipun buku ini berkonsentrasi pada ‘<i>knowledge</i>’, perbedaan antara pengetahuan dan <i>intellectual capital</i> dalam buku ini cukup menunjukkan bahwa mereka fokus pada <i>intellectual capital</i>.</p> <p>Pada tahun 1994, suplemen laporan tahunan Skandia dihasilkan. Suplemen ini fokus pada penyajian dan penilaian persediaan perusahaan atas <i>intellectual capital</i>. Visualisasi IC menarik minat perusahaan lain untuk mengikuti petunjuk Skandia.</p> <p>Sensasi lainnya terjadi pada tahun 1995 ketika Celemi menggunakan <i>knowledge</i> audit untuk menawarkan suatu taksiran detail atas pernyataan <i>intellectual capitalnya</i>.</p> |

| | |
|----------------------|---|
| | <p>Para pioner <i>intellectual capital</i> mempublikasikan buku-buku laris dengan topik IC (Kaplan dan Norton, 1996; Edvinsson dan Malone, 1997; Sveiby, 1997). Karaya Edvinsson dan Malone lebih banyak mengupas tentang proses dan ‘bagaimana’ pengukuran IC</p> |
| <p>Akhir 1990-an</p> | <p><i>Intellectual capital</i> menjadi topik populer dengan konferensi para peneliti dan akademisi, <i>working paper</i>, dan publikasi lainnya menemukan audien.</p> <p>Peningkatan jumlah proyek-proyek besar (misalnya <i>the MERITUM project</i>; Danish; Stockholm) yang diselenggarakan dengan tujuan, antara lain, untuk memperkenalkan beberapa penelitian tentang <i>intellectual capital</i>.</p> <p>Pada tahun 1999, OECD menyelenggarakan simposium internasional tentang <i>intellectual capital</i> di Amsterdam.</p> |

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

Intellectual Capital (IC) merupakan suatu konsep penting yang dapat memberikan sumber daya berbasis pengetahuan dan mendeskripsikan aset tak berwujud yang jika digunakan secara optimal memungkinkan perusahaan untuk menjalankan strateginya dengan efektif dan efisien (Syafii, 2019). *Intellectual capital* tidak hanya menyangkut pengetahuan dan keterampilan dari para karyawan, melainkan juga termasuk infrastruktur perusahaan, relasi dengan

pelanggan, sistem informasi, teknologi, kemampuan berinovasi, dan berkreasi Sawarjuwono dan Kadir (2003) dalam (Susanti, 2016).

Ulum (2017: 79) mendefinisikan:

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

Ulum (2017: 79) menyatakan bahwa:

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

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital* adalah suatu *intangible assets* berupa pengetahuan, inovasi, sistem informasi yang tercipta karena adanya faktor manusia, proses, serta pelanggan yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Istilah-istilah yang berbeda digunakan untuk merujuk kepada objek yang sama, yaitu *intangible assets*. Choong (2008) menyajikan definisi dari sejumlah istilah yang merujuk pada IC sebagaimana ditampilkan pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2
Penggunaan Istilah dan Definisi dari IC

| PENULIS | ISTILAH | DEFINISI |
|-----------------------------|--|--|
| Itami (1991) | <i>Invisible Assets</i> | <i>“intangible assets are invisible assets that include a wide range of activities such as technology, consumer trust, brand image, corporate culture, and management skills”</i> |
| Hall (1992) | <i>Intangible Assets</i> | <i>“intangible assets are value drivers that transform productive resources into value added assets”</i> |
| Smith (1994) | <i>Intellectual Property</i> | <i>“intangible assets are all the elements of a business enterprise that exist in addition to working capital and tangible assets, that make the business work and are often the primary contributors to the earning power of the enterprise. Their existence is dependent on the presence, or expectation, of earnings”</i> |
| Brooking (1997) | <i>Intellectual Capital</i> | <i>IC as “market assets, human-centered assets, intellectual property assets, and infrastructure assets”</i> |
| Edvinsson dan Malone (1997) | <i>Intellectual Capital & Intangible Asset</i> | <i>“intangible assets are those that have no physical existence but are still of value to the company”</i> |
| Sveiby (2006) | <i>Immaterial Values</i> | <i>IC has 3 dimensions (employee competence, internal structure and external structure)</i> |

Sumber: Ulum (2015)

2.1.1.1 Komponen dan Klasifikasi *Intellectual Capital*

Beberapa definisi tentang *Intellectual Capital* sebagaimana disajikan di bagian sebelumnya telah mengarahkan beberapa peneliti untuk mengembangkan komponen spesifik atas *Intellectual Capital*. Contohnya adalah Leif Edvinsson,

mengatakan bahwa nilai *Intellectual Capital* suatu perusahaan merupakan jumlah dari *human capital* dan *structural capital* perusahaan tersebut (Edvinsson dan Malone, 1997). Brinker (1998) dan Skyme Associates (2006) memperluas kategori yang telah diidentifikasi oleh Edvinsson memasukkan kategori ketiga, yaitu *customer capital*. Lev (2001) menyatakan bahwa IC fungsi dari empat tipe aset, yaitu: (1) *market assets*, (2) *intellectual property assets*, (3) *human-centered assets*, dan (4) *infrastructure assets* (Ulum, 2017:83).

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

Tabel 2.3
Ringkasan Komponen *Intellectual Capital*

| Peneliti | Komponen IC | Deskripsi Komponen IC | Contoh Komponen IC |
|------------------|----------------------|--|---|
| Edvinsson (1997) | <i>Human Capital</i> | Kombinasi pengetahuan, keterampilan, inovasi dan kemampuan karyawan secara individual untuk dapat menyelesaikan tugas-tugasnya | <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai-nilai Perusahaan 2. Filosofi Perusahaan 3. Budaya organisasi |

| Peneliti | Komponen IC | Deskripsi Komponen IC | Contoh Komponen IC |
|-----------------|-------------------------------------|---|---|
| | | dengan baik. | |
| | <i>Structural Capital</i> | Infrastruktur perusahaan yang mendukung produktivitas karyawan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Software</i> 2. <i>Databases</i> 3. <i>Patents</i> 4. <i>Trademarks</i> |
| Brinker (1997) | <i>Structural Capital</i> | Infrastruktur mendukung komponen <i>human capital</i> dari <i>intellectual capital</i> . | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem teknologi informasi 2. <i>Image</i> perusahaan 3. Konsep organisasi dan dokumentasi. |
| | <i>Human Capital</i> | Kemampuan karyawan untuk memberikan solusi kepada pelanggan, untuk berinovasi dan pembaruan | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tacit knowledge</i> 2. <i>Explicit Knowledge</i> 3. Program pelatihan 4. Rekrutmen |
| | <i>Customer Capital</i> | Hubungan dengan orang-orang yang bersama mereka perusahaan melakukan bisnis. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kontrak jangka panjang 2. Kepuasan pelanggan 3. Profil pelanggan 4. Pembaruan kontak |
| Brooking (1996) | <i>Market Assets</i> | Potensi suatu organisasi terkait dengan <i>market-related intangibles</i> . | <ol style="list-style-type: none"> 1. Persentase pengulangan bisnis 2. Nilai yang terkait dengan <i>goodwill</i> 3. Dominan dari strategi pemasaran |
| | <i>Intellectual Property Assets</i> | <i>Know-how, copyright, patent, semiconductor topography rights</i> , dan berbagai desain hak cipta milik perusahaan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Reputasi dari pengembangan properti intelektual 2. Distribusi dari properti intelektual yang dimiliki 3. Total investasi properti intelektual 4. Pembaruan/revisi |

| Peneliti | Komponen IC | Deskripsi Komponen IC | Contoh Komponen IC |
|----------------|-------------------------------|---|---|
| | | | properti intelektual |
| | <i>Human Centered Assets</i> | Keahlian kolektif, kemampuan kreatif, kepemimpinan, kewirausahaan dan <i>skill</i> manajerial yang melekat pada karyawan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Distribusi karyawan berdasarkan kelamin, umur, & senioritas 2. Investasi pada pendidikan karyawan 3. Perputaran karyawan |
| | <i>Infrastructure Assets</i> | Teknologi, metodologi, dan proses yang memungkinkan perusahaan dapat berfungsi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Metodologi untuk mengendalikan risiko 2. <i>Database</i> tentang pasar & pelanggan 3. Sistem komunikasi |
| Drapper (1998) | <i>Structural Capital</i> | Nilai dari sesuatu yang tertinggal di perusahaan ketika para karyawan kembali ke rumah mereka. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem informasi 2. Daftar pelanggan 3. Dokumentasi operasional |
| | <i>Human Capital</i> | Nilai akumulatif dari investasi pada pelatihan karyawan, kompetensi, dan masa depan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan karyawan 2. Investasi pada pendidikan karyawan 3. Perputaran karyawan & senioritas |
| | <i>Customer Capital</i> | Nilai dari basis pelanggan, hubungan pelanggan, dan potensi pelanggan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembaruan kontak pelanggan 2. Kepuasan pelanggan 3. Figur pelanggan baru |
| | <i>Organizational Capital</i> | Kompetensi yang dikemas untuk menggabungkan pemanfaatan kekuatan inovatif | <ol style="list-style-type: none"> 1. Filosofi organisasi 2. Strategi perusahaan |

| Peneliti | Komponen IC | Deskripsi Komponen IC | Contoh Komponen IC |
|----------|---------------------------|--|---|
| | | perusahaan dan kemampuan penciptaan nilai organisasi | |
| | <i>Inovation Capital</i> | Kekuatan pembaruan dalam suatu perusahaan, misalnya hak cipta, kekayaan intelektual, dan <i>intangible assets</i> lainnya dan nilai-nilai. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Hak komersial 2. Hak intelektual |
| | <i>Processing Capital</i> | Nilai gabungan dari proses penciptaan nilai. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu untuk memproses pesanan 2. Waktu untuk mengembangkan produk 3. Distribusi SDM berdasarkan proses |

Sumber: Williams (2001) dalam Ulum (2017: 84)

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

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

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

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

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

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

Sedangkan menurut Hudson (1993) dalam Bontis et al (2002) *human capital* adalah sebagai berikut:

“Modal manusia didefinisikan pada tingkat individu sebagai kombinasi dari empat faktor ini: (1) *genetic inheritance*, (2) *education*, (3) *experience*, and (4) *attitudes about life and business*.”

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Kemudian menurut Sawarjuwono dan Kadir (2003) dalam jurnal Gany Nugrahanti (2015) *Relational Capital* (RC) adalah:

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

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

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

Tabel 2.4
Klasifikasi *Intellectual Capital*

| <i>Organizational Capital</i> | <i>Relational Capital</i> | <i>Human Capital</i> |
|---|---|---|
| <i>Intellectual Property:</i> - Patents - Copyrights - Design rights - Trade secret - Trademarks - Service marks <i>Infrastructure Assets:</i> - Management Philosophy - Corporate culture - Management Processes - Information systems - Networking systems - Financial relations | - Brands - Customers - Customer loyalty - Backlog orders - Company names - Distributions channels - Business collaborations - Licensing agreements - Favourable contracts - Franchising agreements | - Know-how - Education - Vocational qualification - Work-related knowledge - Work-related competencies - Entrepreneurial spirit, innovativeness, proactive and reactive abilities, changeability - Psychometric valuation |

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

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

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

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

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

2.1.1.2 Metode Pengukuran *Intellectual Capital*

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

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

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

2. *Brooking's Technology Broker Method* (1996);
Nilai *intellectual capital* suatu perusahaan ditaksir berdasarkan pada analisis diagnostik dari reson perusahaan terhadap 20 pertanyaan yang meliputi empat komponen utama *intellectual capital* (Ulum, 2009: 37).
3. *The Skandia IC Report method* oleh Edvinsson dan Malone (1997);
Intellectual capital diukur melalui analisis 164 ukuran metrik (91 berbasis *intellectual* dan 73 tradisional matrik) mencakup lima komponen:
 - (1) Keuangan;
 - (2) Pelanggan;
 - (3) Proses;
 - (4) Pembaruan dan Pengembangan; dan
 - (5) Manusia (Ulum, 2009:40).
4. *The IC-Index* dikembangkan oleh Roos et. al., (1997);
Mengkonsolidasikan seluruh indikator individual yang merepresentasikan *intellectual property* dan komponen-komponen

kepada suatu indeks. Perubahan pada indeks kemudian dihubungkan dengan perubahan di dalam penilaian pasar perusahaan (Ulum, 2009:41) dalam Sukmawijaya (2016).

5. *Intangible Assets Monitor approach* oleh Sveiby (1997); Manajemen memilih indikator, berdasarkan pada tujuan stratejik perusahaan, untuk mengukur empat aspek dari penciptaan nilai dari aset tidak berwujud. Melalui:
 - 1) Pertumbuhan,
 - 2) Pembaruan,
 - 3) Utilisasi/efisiensi, dan
 - 4) Pengurangan risiko/stabilitas. (Ulum, 2009:41).

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

1. *The EVA dan MVA model* (Bontis et. al., 1999); Dihitung dengan menyesuaikan laba yang diungkap perusahaan dengan beban yang berhubungan dengan *intangible*. Perusahaan dalam EVA merupakan indikasi apakah *intellectual capital* perusahaan produktif atau tidak (Ulum, 2009:39).
2. *The market-to-book Value model* (beberapa penulis); Nilai *intellectual* diperhitungkan dari perbedaan antara nilai pasar saham (*firm's stock market value*) dan nilai buku perusahaan (*firm's book value*) (Ulum, 2009:39).
3. *Tobin's Q method* (Luthy, 1998); "q" adalah rasio dari nilai pasar saham perusahaan dibagi dengan biaya pengganti (*replacement costs*) aset. Perubahan pada "q" merupakan proksi untuk pengukuran efektif tidaknya kinerja *intellectual capital* perusahaan (Ulum, 2009:39).
4. *Pulic's VAIC™ Model* (1998,2000); Mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi *intellectual capital* dan *capital employed* menciptakan nilai yang berdasar pada hubungan tiga komponen utama, yaitu:
 - (1) *Capital employed*;
 - (2) *Human capital*; dan
 - (3) *Structural capital*. (Ulum, 2009:40).
5. *Calculated intangible value* (Dzinkowski, 2000); dan Mengkalkulasi kelebihan *return* pada *hard assets* kemudian menggunakan figur ini sebagai dasar untuk menentukan proporsi dari *return* yang dihubungkan dengan *intangible assets* (Ulum, 2009:40).
6. *The Knowledge Capital Earnings model* (Lev dan Feng, 2001). *Knowledge Capital Earnings* dihitung sebagai porsi atas kelebihan *normalized earning* dan tambahan *expected earnings* yang bisa dihubungkan kepada *book assets* (Ulum, 2009:40).

2.1.1.3 *Market Based Intellectual Capital*

PSAK 19 Tahun 2009 Paragraf 09 menjelaskan bahwa sering kali entitas melakukan peningkatan, pemeliharaan, pengembangan terhadap sumber daya tidak berwujud (aset tidak berwujud). Contoh aset tidak berwujud yang dimaksud adalah seperti desain, iptek, hak kekayaan intelektual, lisensi, dan lain-lain.

Namun tidak hanya itu, perbedaan antara nilai pasar perusahaan (*Corporate Market Value/ CMV*) dengan nilai buku akuntansi (*Accounting Book Value/ ABV*) atau yang disebut dengan *hidden value* juga merupakan aset tidak berwujud (Salamudin et al 2010). Mengikuti aturan dalam prinsip akuntansi penilaian mengenai *intangible assets* (misal: *intellectual capital, brand name, penelitian dan pengembangan*) gagal dilaporkan dalam neraca perusahaan (Salamudin et al 2010). Sehingga dapat ditarik hubungan *intangible assets* antara VAICTM dan CMV, jika perolehan VAICTM semakin tinggi tentunya akan mempengaruhi semakin rendahnya *hidden value* dalam penelitian ini dianggap sebagai *intangible assets*.

Menurut Ross dan Ross dalam Salamudin et al (2010) *Market Based Intellectual Capital* adalah sebagai berikut:

“*Intangible assets* sebagai gap antara *tangible assets* (diukur sebagai nilai buku aktiva bersih (*Book Value of Net Assets/ BVNA*) dan nilai pasar perusahaan (*Corporate Market Value/ CMV*).”

Nilai pasar perusahaan (CMV) mencerminkan persepsi pasar yang berasal dari investor, kreditor, maupun *stakeholder* lain terhadap kondisi perusahaan, sedangkan nilai buku (BVNA) adalah nilai yang tercantum dalam neraca laporan keuangan. Apabila selisih antara nilai pasar dan nilai buku cukup signifikan hal ini menandakan bahwa terdapat aset tersembunyi yang tidak tercantum dalam laporan keuangan yang disebut sebagai *intangible assets*, sehingga menurut Salamudin (2010) *intangible assets* dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$MBIC = CMV - BVNA$$

Dimana:

BVNA (*Book Value Net Assets*) = *Book Value of Assets* (BVOA) - *Book Value of Liabilities* (BVOL).

CMV (*Corporate Market Value*) = *Outstanding share* X harga saham pada tahun terakhir.

2.1.1.4 Value Added Intellectual Capital (VAIC™)

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

Berikut formulasi dan tahapan dalam menghitung *intellectual capital* menurut Ulum (2017), yaitu sebagai berikut:

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

$$VA = Output - Input$$

Dimana:

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

- b. Tahap kedua: Menghitung *Value Added Capital Employeed* (VACA).
VACA adalah indikator untuk VA yang diciptakan oleh satu unit dari *physical capital*. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari CE terhadap *value added* organisasi.
Pulic (1998) mengasumsikan bahwa jika 1 unit dari CE (*Capital Employeed*) menghasilkan *return* yang lebih besar daripada perusahaan yang lain, maka berarti perusahaan tersebut lebih baik dalam memanfaatkan CE-nya. Dengan demikian, pemanfaatan IC yang lebih baik merupakan bagian dari IC perusahaan.

$$VACA = VA/CE$$

Dimana:

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

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

$$VAHU = VA/HC$$

Dimana:

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

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

$$STVA = SC/VA$$

Dimana:

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

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

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

Dimana:

1. VACA = *Value Added Capital Employeed*
2. VAHU = *Value Added Human Capital*
3. STVA = *Structural Capital Value Added*”

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

2.1.1.5 Extended VAIC™ Model

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

Dalam menghitung *value added* (VA), Nazari dan Herremans (2007)

Ulum (2017: 122) lebih memilih menggunakan rumus:

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

Dimana:

OP = *Operating Profit*

EC = *Employee Cost*

D = *Depreciation*

A = *Amortization*

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

$$SC = OC + CC$$

$$OC = InC + PC$$

$$SC = InC + PC + CC$$

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

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

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

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

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

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

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

$$SCE = CCE + InCE + PCE$$

$$PCE = SCE - InCE - CCE$$

2.1.1.6 Modified VAIC (MVAIC)

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

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

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

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

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

$$6. CCE = \frac{VA}{CE} \quad (\text{Pulic, 2000a})$$

Keterangan:

MVAIC: *Modified VAIC*

ICE : *Intellectual Capital Efficiency*

HCE : *Human Capital Efficiency*

SCE : *Structural Capital Efficiency*

RCE : *Relational Capital Efficiency*

CEE : *Capital Employed Efficiency*

VA : *Value Added*

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

SC : *Structural Capital*; VA- HC

RC : *Relational Capital*; biaya pemasaran

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

OP : *Operating Profit*

EC : *Employee Cost*

D : *Depreciation*

A : *Amortisation*

2.1.2 Kinerja Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Kinerja

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

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

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

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

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

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

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

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawannya dalam melaksanakan kegiatannya untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah diterapkan sebelumnya.

2.1.2.2 Kinerja Keuangan

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

gambaran dari kondisi keuangan perusahaan yang dianalisis menggunakan rasio keuangan.

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

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

Kemudian Rochmah (2015) dalam jurnalnya menyatakan bahwa :

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

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

2.1.2.3 Manfaat Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan

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

1. Mengelola operasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara umum.
2. Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan, seperti: promosi, transfer, dan pemberhentian.

3. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
4. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
5. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

2.1.2.4 Tujuan Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan

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

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

2.1.2.5 Tahap-Tahap dalam Menganalisis Kinerja Keuangan

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

- 1) Melakukan *review* terhadap data laporan keuangan. *Review* dilakukan dengan tujuan agar laporan keuangan yang dibuat tersebut dengan penerapan kaedah yang berlaku umum dalam akuntansi sehingga dengan demikian hasil laporan keuangan dapat dipertanggungjawabkan.
- 2) Melakukan perhitungan. Penerapan metode perhitungan disini adalah disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan yang sedang dilakukan sehingga hasil dari perhitungan tersebut akan memerikan suatu kesimpulan sesuai dengan analisis yang diinginkan.

- 3) Melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan yang telah diperoleh. Dari hasil hitungan yang sudah diperoleh tersebut kemudian dilakukan perbandingan dengan hasil hitungan dari berbagai perusahaan lainnya. Metode yang umum yang dipergunakan untuk melakukan perbandingan ini ada dua adalah:
 - a. *Time series analysis*, yaitu membandingkan secara antar waktu atau antar periode dengan tujuan itu nantinya akan terlihat secara grafik.
 - b. *Cross sectional approach*, yaitu melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan rasio-rasio yang telah dilakukan antara satu perusahaan dan perusahaan lainnya dalam ruang lingkup yang sejenis yang dilakukan secara bersamaan.
- 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.

2.1.2.6 Pengukuran Kinerja Keuangan

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

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

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

untuk dijadikan sebagai alat menilai kinerja dan prestasi perusahaan (Irham Fahmi, 2014: 47).

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

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

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

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

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

“Rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan antara satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan.”

a. Rasio Likuiditas

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

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

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

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

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

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

Rasio Likuiditas terdiri atas:

1) Rasio lancar (*Current Ratio*)

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

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

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio lancar menurut Irham Fahmi (2015: 66):

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

2) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

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

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

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio cepat menurut Irham Fahmi (2015: 70):

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

b. Rasio Solvabilitas/ *Leverage*

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

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

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

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

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

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

Rasio Solvabilitas / *leverage* terdiri atas:

1) Rasio Utang (*Debt Ratio/ Debt to Total Assets*)

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

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

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

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

2) Rasio Utang terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*)

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

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

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

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

3) Rasio kelipatan bunga yang dihasilkan (*Times Interest Earned*)

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

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

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

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

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

Rasio Kelipatan Bunga yang Dihasilkan

$$= \frac{\text{Laba sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

4) *Long Term Debt to Total Capitalization*

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

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

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

$$\begin{aligned} & \textit{Long Term Debt to Total Capitalization} \\ & = \frac{\textit{Utang Jangka Panjang}}{\textit{Utang Jangka Panjang} + \textit{Ekuitas Pemegang Saham}} \end{aligned}$$

5) Rasio Menutup Beban Tetap (*Fixed Charge Coverage*)

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

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

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

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

c. Rasio Aktivitas

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

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

Menurut Irham Fahmi (2015: 77):

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

Selanjutnya menurut Hery (2015: 167):

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

Rasio aktivitas terdiri atas:

1) Perputaran Persediaan (*Inventory Turnover*)

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

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

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

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

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

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

2) *Day Sales Outstanding*

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

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

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

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

3) Perputaran Aset Tetap (*Fixed Assets Turnover*)

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

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

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

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

4) Perputaran Total Aset (*Total Assets Turnover*)

Menurut Irham Fahmi (2015: 79):

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

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

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

5) *Long Term Assets Turnover*

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

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

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio

Long Term Assets Turnover menurut Irham Fahmi (2015: 80):

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

d. Rasio Profitabilitas

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

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

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

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

Selanjutnya menurut Hery (2015: 168):

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

Rasio profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Tujuan rasio

profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar menurut Kasmir (2014: 197), yaitu:

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

Sementara itu, manfaat yang diperoleh menurut Kasmir (2014: 198) adalah untuk:

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

Rasio Profitabilitas terdiri atas:

1) Hasil Pengembalian atas Aset (*Return On Assets* / ROA)

Menurut Keown, dkk. (2011) yang dialihbahasakan oleh Marcus

Prihminto definisi *Return On Assets* adalah sebagai berikut:

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

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

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

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

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

Sama seperti pernyataan Irham Fahmi (2016: 82) ROI adalah :

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

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

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

Rumus yang digunakan untuk menghitung rasio ROA menurut Irham Fahmi (2014:186):

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Asset}}$$

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

2) Hasil pengembalian ekuitas (*Return On Equity*)

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

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

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

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

3) Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

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

“*Gross profit margin* merupakan margin laba kotor. Mengenai *gross profit margin* Lyn M. Frase dan Aliene Ormiston memberikan pendapatnya yaitu “Margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun

untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan.”

Atau lebih jauh Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mengatakan bahwa: “Persentase dari sisa penjualan setelah sebuah perusahaan membayar barangnya, juga disebut margin keuntungan kotor (*gross profit margin*).”

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

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

4) Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

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

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

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

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

Penulis menggunakan alat ukur *Return on Assets* (ROA) dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan. Hal ini dikarenakan ROA akan mengukur seberapa besar efektifitas pihak manajemen dalam mengelola aset perusahaan dan mengukur tingkat pengembalian sebagai bentuk evaluasi bagi pihak manajemen atas penggunaan aset. Apabila perusahaan tidak mempunyai laba positif, maka investor tidak akan tertarik untuk menginvestasikan dana. Profitabilitas yang tinggi akan mencerminkan kinerja keuangan yang semakin baik. *Intellectual Capital* dimanfaatkan oleh suatu perusahaan untuk mempertahankan dan menaikkan profitabilitasnya (Jayati, 2016).

2.1.3 Kinerja Pasar

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

Menurut Farah Margaretha (2011:5) :

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

Menurut Sartono (2010:487) :

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

Menurut Irham Fahmi (2015: 82):

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

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

2.1.3.1 Pengukuran Kinerja Pasar

Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan *price to book value*. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan (Hermuningsih, 2011). Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, menunjukkan bahwa pasar semakin percaya akan prospek perusahaan tersebut.

Menurut Hery (2015: 145) dalam Ulum (2015:83) pengertian *price book value* adalah :

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

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

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

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio PBV menurut Irham Fahmi (2015: 139):

$$PBV = \frac{\text{market price per share}}{\text{book value per share}}$$

Alasan pengukuran kinerja pasar dengan menggunakan *price to book value* (PBV) dipilih oleh penulis adalah karena dengan rasio ini investor dapat mengetahui langsung sudah berapa kali *market value* suatu saham dihargai dengan *book value*-nya. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham (Juwita dan Angela, 2016).

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti lain terdahulu mengenai *intellectual capital* berbasis pasar dan nilai tambah terhadap kinerja pasar dan kinerja keuangan perusahaan, yaitu:

Tabel 2.5
Hasil Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|---|---|--|
| 1 | Salamudin et al (2010) | <i>Intangible Assets Valuation In The Malaysian Capital Market</i> | Hasil penelitian ini menyatakan bahwa nilai <i>intangible assets</i> berhubungan secara positif dengan nilai pasar perusahaan di Malaysia. |
| 2 | Aty Utami, Fuad (2013) | Pengaruh Metode Pengukuran <i>Intellectual Capital</i> Berbasis Pasar dan Nilai Tambah Terhadap Kinerja Pasar dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2011) | (1) MBIC berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar. (2) VAIC berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar. (3) MBIC berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. (4) VAIC berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. |
| 4 | Diva Cicilya Nunki Arun Sudibya dan MI Mitha Dwi Restuti (2014) | Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel | Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa modal intelektual |

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|----------------------------------|--|---|
| | | <i>Intervening</i> | <p>terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil pengujian hipotesis kedua, yaitu 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.</p> |
| 4 | Esti Suharnanik Juwariyah (2014) | <p>Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan Sebagai Variabel <i>Intervening</i></p> | <p>(1) <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. (2) <i>Intellectual Capital</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (4) <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan sebagai variabel <i>intervening</i>.</p> |
| 5 | Maria Carolin | Pengaruh <i>Intellectual</i> | Hasil Penelitian |

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-------------------------------|---|--|
| | Oktavia, Daljono (2014) | <i>capital</i> terhadap Kinerja Keuangan, Pertumbuhan, dan Nilai Pasar Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaann Konstruksi, <i>Property & Real Estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012) | menunjukkan bahwa IC (VAIC) berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan nilai pasar perusahaan. |
| 6 | Yuskar dan Dhia Novita (2014) | Analisis Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> pada Perusahaan Perbankan di Indonesia | <p>(1) <i>Intellectual capital</i> memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan <i>return on equity</i> (ROE) dan <i>earning per share</i> (EPS).</p> <p>(2) Kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROE dan EPS berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV</p> <p>(3) <i>Intellectual capital</i> tidak berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan.</p> <p>(4) <i>Intellectual capital</i> berpengaruh secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan <i>return on equity</i> (ROE)</p> |

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--|---|---|
| | | | dan <i>earning per share</i> (EPS). |
| 7 | Yanto Hans Pratama dan Tarmizi Achmad (2015) | Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Kinerja Perusahaan dengan <i>Competitive Advantage</i> Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI 2009-2013) | (1) <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh positif terhadap Kinerja perusahaan. (2) <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh tidak langsung terhadap Kinerja perusahaan melalui <i>Competitive Advantage</i> . |
| 8 | Abdul Halim dan Hasan Basridan Faisal (2016) | Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Profitabilitas dan Dampaknya Terhadap Harga Saham Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) | (1) <i>Intellectual capital</i> (VAIC TM) berpengaruh terhadap profitabilitas (ROE dan EPS) perusahaan sektor keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2014. (2) <i>Intellectual capital</i> (VAIC TM) berpengaruh terhadap harga saham perusahaan sektor keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2014. (3) ROE dan EPS berpengaruh terhadap harga saham perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI periode 2011-2014. |

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--|--|---|
| | | | (4) <i>Intellectual capital</i> (VAIC™) berpengaruh terhadap harga saham yang dimediasi (<i>partial mediation</i>) melalui ROE dan EPS. |
| 9 | Rakhmini Juwita dan Aurora Angela (2016) | Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia | Dari hasil analisis data yang telah dilakukan terbukti bahwa <i>human capital efficiency</i> , <i>structure capital efficiency</i> dan <i>capital employed efficiency</i> secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. |
| 10 | Dianing Ratna Wijayani (2017) | Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI 2012-2014) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. |
| 11 | Ricky Rizky Ramadhan (2017) | Pengaruh Modal Intelektual, Tata Kelola Perusahaan, dan Rasio Leverage Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016 | Hasil penelitian menunjukkan modal intelektual, ukuran dewan komisaris, komite audit, dan rasio <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, sedangkan dewan |

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|------------------------|--|--|
| | | | komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. |
| 12 | Muhammad Syafii (2019) | Pengaruh <i>Intellectual capital</i> Terhadap Profitabilitas, Produktivitas, dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia | Variabel <i>Intellectual capital</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>Assets Turnover</i> . Variabel <i>Intellectual capital</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>Price Earning Ratio</i> . |

Sumber: Dirangkum dari Berbagai Sumber

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh *Intellectual Capital* Berbasis Pasar terhadap Kinerja Pasar

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Salamudin *et al* (2010) dalam menilai *intangible assets* dengan menggunakan pendekatan pasar (*market based intellectual capital-MBIC*) pada Malaysian Stock Exchange dan menunjukkan hasil bahwa *intangible assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Malaysia. Kemampuan organisasi bisnis dalam mengelola dan mengkreasikan *intellectual asset*, *intellectual capital*, *intellectual property*, atau *knowledge capital* sangat dibutuhkan. Dari sudut pandang *value creating activities*, aset utama perusahaan adalah *knowledge capital*, sedangkan *tangible assets* hanya alat

bantu untuk merealisasikan *knowledge*-nya dalam bentuk produk/jasa, sehingga nantinya diharapkan meningkatkan kinerja pasar perusahaan. Nilai dari kinerja pasar perusahaan tersebut dapat direfleksikan menggunakan harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan di mata stakeholder semakin baik. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Fuad (2013) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* yang diukur dengan pendekatan pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pasar.

Hal serupa juga dinyatakan oleh Juwita dan Angela (2016) dalam jurnalnya bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin meningkat *human capital efficiency* maka akan meningkat *Price to Book Value*, semakin meningkatnya *structure capital efficiency*, maka akan meningkatkan *Price to Book Value*, dan semakin meningkatnya *capital employed efficiency*, maka akan meningkat pula nilai perusahaan yang diproyeksikan melalui *Price to Book Value* (PBV).

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

2.3.2 Pengaruh *Intellectual Capital* Berbasis Nilai Tambah terhadap Kinerja

Pasar

Para *stakeholder* akan lebih menghargai perusahaan yang memiliki *Intellectual Capital* yang unggul daripada perusahaan lain, karena *Intellectual Capital* yang unggul akan membantu perusahaan untuk memenuhi kepentingan seluruh *stakeholder*. Dalam usaha penciptaan nilai (*value creation*) diperlukan pemanfaatan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan. Potensi tersebut meliputi : karyawan (*human capital*), aset fisik (*physical capital*) dan *structural capital*. *Value added* yang dihasilkan dari proses *value creation* akan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Dengan memiliki keunggulan kompetitif, maka persepsi pasar terhadap nilai perusahaan akan meningkat karena diyakini bahwa perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif mampu bersaing dan bertahan dilingkungan bisnis yang dinamis (Ulum, 2017: 36).

Berdasarkan hasil penelitian dari Halim dan Faisal (2016) menunjukkan bahwa *Intellectual capital* (VAICTM) berpengaruh terhadap harga saham perusahaan. Hal ini disebabkan *intellectual capital* yang ditunjukkan dalam laporan keuangan berupa aset-aset yang tidak terwujud, seperti penggunaan sistem dan pengoperasian sistem perusahaan yang kompeten, *software*, dan lainnya dapat meningkatkan nilai pasar dan kinerja keuangan dan akhirnya akan tercermin peningkatan dari harga saham perusahaan.

Penelitian dari Sudibya dan Restuti (2014) membuktikan bahwa modal intelektual berpengaruh langsung pada nilai perusahaan. Dengan diterimanya

hipotesis ini artinya 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). Jadi dalam mengapresiasi nilai pasar investor telah mempertimbangkan adanya pengaruh kekayaan intelektual yang dimiliki perusahaan. Sehingga dalam menilai perusahaan investor tidak hanya melihat dari harga saham perusahaan saja. Semakin tinggi harga saham, investor akan menempatkan nilai yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.

Hasil penelitian Juwariyah (2014) menyatakan tidak adanya bukti pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pasar tidak memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap perusahaan yang memiliki modal intelektual yang tinggi.

2.3.3 Pengaruh *Intellectual Capital* Berbasis Pasar terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Hasil penelitian dari Salamudin (2010) menunjukkan bahwa *Market Based Intellectual Capital* (MBIC) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal tersebut menggambarkan bahwa tingginya persepsi para

stockholder terhadap perusahaan karena *stockholder* tersebut meyakini bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan terutama *intellectual capital* perusahaan dapat memberikan *return* yang menjanjikan untuk mereka sehingga *value* yang diberikan *stockholder* pada perusahaan tinggi. Hal tersebut terefleksi dari harga saham perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka laba atau *return* perusahaan juga akan meningkat sehingga mengindikasikan peningkatan kinerja keuangan, yaitu ROA maupun ROE.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Fuad (2013) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini dikarenakan *Intellectual capital* merupakan salah sumber daya potensial perusahaan yang dapat meningkatkan keunggulan (*competitive advantage*) sesuai dengan kriteria-kriteria sebagai sumber daya kunci yang disebutkan dalam *Resources Based View*, sehingga dengan meningkatnya keunggulan bersaing tersebut perusahaan dapat menciptakan efisiensi dalam beroperasi dan memperoleh keuntungan dari pengelolaan sumber data berupa *intellectual capital*. Seiring dengan meningkatnya laba dan pendapatan perusahaan berarti terjadi peningkatan profitabilitas perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja keuangan semakin baik.

Hal ini juga dinyatakan oleh Yuskar dan Novita (2014) bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Ini menunjukkan bahwa pasar akan memberikan nilai lebih kepada perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang baik dan yang melaporkan secara sukarela mengenai *intellectual capital* yang dimilikinya. Dengan adanya *intellectual capital*

statements dalam *annual report* perusahaan akan mendukung investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi, sehingga investor akan percaya dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam *Resources Based Theory* disimpulkan bahwa *Intellectual Capital* (IC) harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya unik yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga dapat menciptakan nilai bagi perusahaan, dan dapat digunakan untuk menyusun dan menerapkan strategi sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan menjadi semakin baik (Ulum, 2017:22).

2.3.4 Pengaruh *Intellectual Capital* Berbasis Nilai Tambah terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian Syafii (2019) diketahui bahwa variabel *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Assets*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi nilai *intellectual capital* sebuah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman, maka profitabilitas suatu perusahaan tersebut semakin meningkat. Oleh karena itu, dengan pengelolaan *intellectual capital* yang baik perusahaan dapat menciptakan *value added* yang berguna dalam peningkatan ROA perusahaan. Semakin baik perusahaan dalam mengelola ketiga komponen *intellectual capital* menunjukkan semakin baik perusahaan dalam mengelola aset.

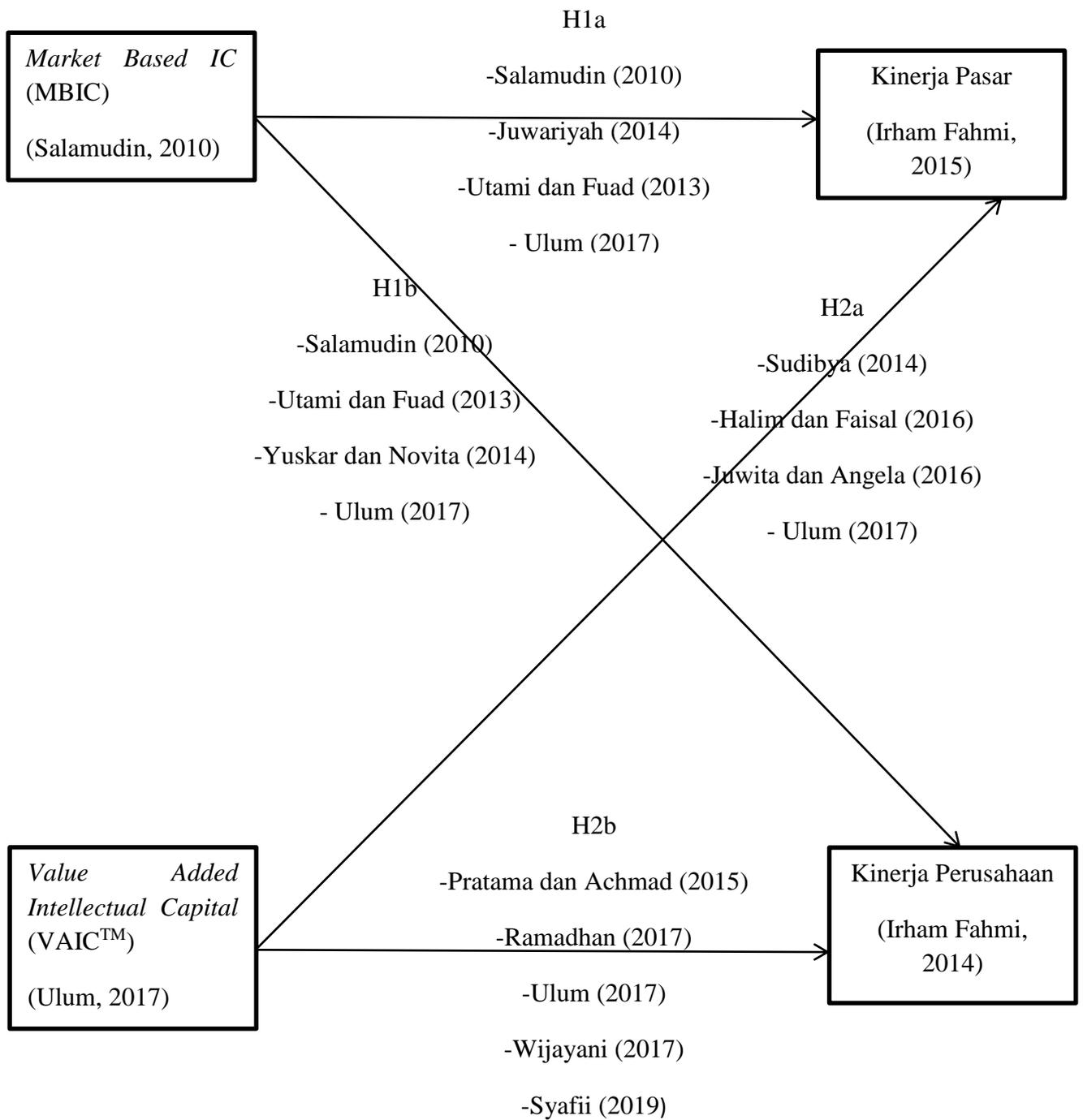
Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2017) menyatakan bahwa *Modified Value Added Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap *Return on*

Assets. Hal ini dikarenakan kelangsungan hidup perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan bukan hanya dihasilkan oleh aset perusahaan yang bersifat nyata (*tangible assets*) tetapi hal yang lebih penting adalah adanya *intangible assets* yang berupa sumber daya manusia (SDM) yang mengatur dan mendayagunakan aset perusahaan yang ada sehingga modal intelektual diperlukan untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan.

Hasil penelitian dari Wijayani (2017) menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Kondisi ini terjadi karena *intellectual capital* merupakan kekayaan intelektual yang berpusat pada sumber daya manusia yang berfungsi meningkatkan daya saing sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan. Jika kemampuan sumber daya manusia semakin baik, maka diharapkan akan menghasilkan kinerja yang baik bagi perusahaan, sehingga profitabilitas *Return On Asset* semakin meningkat.

Penelitian ini juga didukung oleh Pratama dan Achmad (2015) dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa Dengan adanya konsep *Intellectual Capital* maka perusahaan akan mampu menghasilkan keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang baik. Menurut *Research Based Theory* maka konsep *Intellectual Capital* akan memicu kinerja perusahaan semakin baik. Hal yang paling nyata dalam mengukurnya adalah laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin tinggi *Intellectual Capital* tersebut berarti semakin tinggi pendayagunaan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi kinerja IC, maka akan semakin baik kinerja keuangan. Perusahaan yang memiliki kinerja IC yang baik, diyakini mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara efisien (Ulum, 2017:203).

Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Metode Pengukuran *Intellectual capital* Berbasis Pasar dan Nilai Tambah terhadap Kinerja Pasar dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2018)”, maka model kerangka pemikiran yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan pembahasan di atas, maka hipotesis yang sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Metode Pengukuran *Intellectual capital* Berbasis Pasar dan Nilai Tambah terhadap Kinerja Pasar dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2018)”, yaitu:

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh antara *market based intellectual capital-*

MBIC terhadap kinerja pasar perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia.

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh antara *value added intellectual capital-*

VAICTM terhadap kinerja pasar perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia.

Hipotesis 3: Terdapat pengaruh antara *market based intellectual capital-*

MBIC terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia.

Hipotesis 4: Terdapat pengaruh antara *value added intellectual capital-*

VAICTM terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia.