

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori *stakeholder*

Pengungkapan suatu informasi di dalam laporan keuangan harus mempertimbangkan *stakeholder* yang memiliki posisi *powerfull* didalam perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka (sebagai contoh melalui *Sponsorship*, inisiatif, pengalaman, dan lain-lain), bahkan disaat mereka tidak memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan ketika mereka tidak dapat secara langsung memainkan peran konstruktif dalam kelangsungan hidup organisasi (Deegan, 2004)

Teori ini menganggap bahwa akuntabilitas organisasi tidak hanya terbatas pada kinerja ekonomi atau keuangan saja sehingga perusahaan perlu melakukan pengungkapan tentang modal intelektual dan informasi lainnya melebihi dari yang seharusnya oleh badan yang berwenang (Purnomoshidi, 2006) sedangkan menurut (Freeman et al., 2004 dalam wibowo 2008) teori *stakeholder* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tidak dipungkiri merupakan kegiatan usaha. Karena hanya dengan pengelolaan dapat menciptakan *value added* untuk kemudian mendorong kinerja keuangan perusahaan yang merupakan orientasi para *stakeholder* dalam mengintervensi manajemen (Ihyaul Ulum, 2009).

2. *Legitimacy Theory*

Theori *Legitimacy* berhubungan erat dengan teori *Stakeholder*. Teori Legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada pada batas dan norma yang berlaku di masyarakat (deegan, 2004) dalam (ihyaul ulum 2009). Dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktifitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini yang diharapkan komunitas. Berdasarkan teori legitimasi, organisasi harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial.

Teori legitimasi sangat erat hubungannya dengan pelaporan IC. Perusahaan akan terdorong untuk menunjukkan kapasitas IC-nya dalam laporan keuangan untuk memperoleh legitimasi dari publik atas kekayaan intelektual yang dimilikinya (Ihyaul Ulum, 2009). Pengakuan legitimasi publik ini menjadi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam lingkungan sosial perusahaan.

3. *Intellectual Capital*

Intellectual Capital merupakan suatu fenomena baru, baik sebagai suatu dokumen pelaporan yang menyertai laporan tahunan maupun sebagai suatu konsep manajemen. Namun masih sedikit perusahaan yang menggunakannya sebagai dokumen pendukung laporan tahunan.

Hartono (2001) menyatakan bahwa orang di Indonesia yang hanya memberikan sedikit perhatian terhadap modal intelektual karena mereka tidak bisa

melihat manfaat daya pikir dalam balas jasa investasi mereka. Astuti (2005) menyatakan bahwa aktiva tidak berwujud perusahaan berhubungan dengan strategi perusahaan. Aktiva tak berwujud itu berupa modal intelektual yang ada di perusahaan tersebut.

Intellectual Capital selalu berhubungan dengan sumber daya manusia dan merupakan aset tak berwujud yang dimiliki perusahaan sehingga disebut juga sebagai human capital. Human capital diartikan sebagai manusia sendiri yang secara personal dipinjamkan kepada perusahaan dengan kapabilitas individunya dan komitmen, pengetahuan dan pengalaman pribadi. Walaupun tidak semata-mata dilihat dari individual tapi juga sebagai tim kerja yang memiliki hubungan pribadi baik di dalam maupun di luar perusahaan.

Dalam persaingan ini kekuatan perusahaan tidak hanya terletak pada modal perusahaan yang dapat dilihat dari tangible aset tapi ada pengakuan bahwa aktiva perusahaan yang paling berharga saat ini adalah pengetahuan (*knowledge*) dari setiap SDM yang ada dalam perusahaan. Keberhasilan menciptakan nilai dari suatu produk bukan terletak pada pabrik dan bangunan tapi terletak pada pikiran manusia yang berada dibelakang penciptaan nilai dari produk tersebut.

Astuti dan Sabeni, 2005 mendefinisikan *Intelektual Capital* adalah istilah yang digunakan untuk mengkombinasikan intangible asset dari pasar, property intelektual, infrastruktur dan pusat manusia yang menjadikan suatu perusahaan dapat berfungsi. Sedangkan Atika (2008) mendefinisikan *intellectual capital* adalah informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai. Banyak para praktisi yang menyatakan bahwa

intellectual capital terdiri dari tiga elemen utama (Stewart 1998, Sveiby 1997, Saint-Onge 1996, Bontis 2000) yaitu:

1. *Human Capital* (modal manusia)

Human capital merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. Disinilah sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. (Brinker 2000) memberikan beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dari modal ini, yaitu *training programs, credential, experience, competence, recruitment, mentoring, learning programs, individual potential and personality*.

2. *Structural Capital* atau *Organizational Capital* (modal organisasi)

Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufakturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital*

organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.

3. *Relational Capital* atau *Customer Capital* (modal pelanggan)

Elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis/*association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasapuas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

(Brinker 2000) menyarankan pengukuran beberapa hal berikut ini yang terdapat dalam modal pelanggan, yaitu:

- a) *Customer Profile*. Siapa pelanggan-pelanggan kita, dan bagaimana mereka berbeda dari pelanggan yang dimiliki oleh pesaing. Hal potensial apa yang kita miliki untuk meningkatkan loyalitas, mendapatkan pelanggan baru, dan mengambil pelanggan dari pesaing.
- b) *Customer Duration*. Seberapa sering pelanggan kita berbalik pada kita? Apa yang kita ketahui tentang bagaimana dan kapan pelanggan akan menjadi pelanggan yang loyal? Serta seberapa sering frekuensi komunikasi kita dengan pelanggan.

- c) *Customer Role*. Bagaimana kita mengikutsertakan pelanggan ke dalam disain produk, produksi dan pelayanan.
- d) *Customer Support*. Program apa yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan.
- e) *Customer Success*. Berapa besar rata-rata setahun pembelian yang dilakukan oleh pelanggan.

4. Kinerja perusahaan

Sejak awal didirikannya perusahaan memiliki visi dan misi. Melalui kinerja manajemen (*planning, organizing, actuating, controlling*) misi dan visi perusahaan tersebut diupayakan untuk direalisasikan. Bila perencanaan telah dijalankan dengan baik, maka dapat diharapkan pengorganisasian pun akan berjalan baik. Demikian juga dengan *actuating* serta *controlling*.

Namun dalam pelaksanaannya sering mengalami hambatan ataupun masalah-masalah baik dari lingkungan intern maupun ekstern. Untuk itu perlu adanya suatu pengawasan dan penilaian untuk menilai serta mengevaluasi apakah proses pelaksanaan operasionalnya telah sesuai dengan rencana. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mengetahui kinerja operasionalnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan kinerja (*performance*) adalah tingkat prestasi (karya) hasil nyata yang dicapai yang kadang-kadang digunakan untuk tercapai suatu hasil positif, atau kinerja adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam penggunaan modal yang dimiliki secara efektif dan efisien guna mendapatkan hasil yang maksimal. (Mardiyah dan Istantiansih, 2005).

Adapun manfaat dari penilaian kinerja tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan manfaat kepada pihak manajemen dalam pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan.
- b) Dapat digunakan untuk mengukur suatu prestasi yang ingin dicapai oleh suatu organisasi yang mencerminkan tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatannya.
- c) Memberikan petunjuk dalam pembuatan keputusan dan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan.
- d) dapat digunakan sebagai dasar penentuan kebijaksanaan penanaman modalnya agar dapat meningkatkan efisiensi dan produktifitas perusahaan.

Sebagai mana menurut Bontis *et al.*, (2000) dalam Ulum dkk (2008), bahwa evaluasi kinerja dan sistem intensif dirancang untuk mendorong para pegawai agar berperilaku seolah-olah dimana hal tersebut menghasilkan keselarasan perilaku, yaitu: individu berperilaku sebaik mungkin demi kepentingan organisasi tanpa memedulikan tujuannya sendiri.

Meskipun banyak ukuran yang dipakai untuk mengukur kinerja perusahaan dan kadang berbeda antara satu industri dengan industri yang lain, namun pada dasarnya tujuannya adalah sama yaitu untuk mengetahui beberapa aspek yang berkaitan dengan kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Pengukuran kinerja perusahaan yang dilakukan oleh manajemen mempunyai tujuan-tujuan tertentu. Sehingga yang perlu dilakukan disini adalah bahwa pengukuran kinerja perusahaan berhubungan dengan data dan kondisi masa lampau dimana kemungkinan sulit untuk meramalkan kejadian-kejadian dimasa yang akan datang.



5. *Value Added Intellektual Coeficient (VAIC™)*

Metode VAIC, menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud dan aset tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan. Model ini dimulai dengan mengukur kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added (VA)* yang dikembangkan oleh Public (1998). VA adalah indikator paling obyektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan perusahaan dalam menciptakan nilai (Atika, 2009). VA dihitung sebagai selisih antara output dan input

Tan *et al.*,(2007) dalam Ulum, dkk (2008) menyatakan bahwa output merepresentasikan *revenue* yang mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual dipasar, sedangkan IN mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh *revenue*. Beban karyawan tidak termasuk dalam IN, karena aspek kunci dalam metode ini adalah memperlakukan tenaga kerja sebagai entitas penciptaan nilai.

6. Kinerja keuangan

Pengertian kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (sucipto, 2003). Dalam membahas metode penilaian kinerja keuangan, perusahaan harus didasarkan pada data keuangan yang dipublikasikan yang dibuat sesuai dengan prinsip akuntansi keuangan yang berlaku umum. Laporan ini merupakan data yang paling umum yang tersedia untuk tujuan tersebut, walaupun seringkali tidak mewakili hasil dan kondisi ekonomi. Laporan keuangan disebut sebagai "kartu skor" periodik yang memuat hasil investasi operasi dan pembiayaan

tidak mewakili- hasil dan kondisi ekonomi. Laporan keuangan disebut sebagai "kartu skor" periodik yang memuat hasil investasi operasi dan pembiayaan perusahaan, maka fokus akan diarahkan pada hubungan dan indikator keuangan yang memungkinkan analisa penilaian kinerja masa lalu dan juga proyeksi hasil masa depan dimana akan menekankan pada manfaat serta keterbatasan yang terkandung didalamnya.

B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

1. Hubungan modal Intelektual dengan kinerja keuangan perusahaan

Modal intelektual mempunyai hubungan dan peran nyata serta positif baik dalam strategi maupun operasional dalam menciptakan nilai serta implikasinya pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing, sehingga manajemen perlu untuk menaruh perhatian dan mengelola modal intelektual. Firer dan Williams (2003) dalam Ulum (2009) menyatakan bahwa investasi perusahaan dalam *Intellectual Capital* yang disajikan dalam laporan keuangan, dihasilkan dari peningkatan selisih antara nilai pasar dengan nilai buku. Jadi, jika pasarnya efisien, maka investor akan memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan yang IC lebih besar. Selain itu, jika IC merupakan sumberdaya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, maka IC akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan (Chen et al., 2005 dalam Ulum dkk, 2008)

Apa yang dihasilkan manusia sesungguhnya tidak terlepas dari modal yang dimilikinya seperti pengetahuan, keahlian dan berbagai nilai lainnya yang

daya saing perusahaan dengan perusahaan lain. Modal intelektual sendiri dibentuk oleh tiga elemen, yaitu *human capital*, *struktural capital*, dan *relational kapital*.

Human capital yang dikelola dengan baik oleh perusahaan akan mampu mengoptimalkan *struktural capital*, sehingga kinerja manajemen akan lebih meningkat. Manajemen akan lebih menguasai teknologi dan sistem yang tepat. Semakin baik *human capital* dan *struktural capital* sebuah perusahaan maka perusahaan akan semakin baik dalam melayani *customer*.

Customer yang puas akan pelayanan yang perusahaan berikan, maka customer akan terus memakai produk yang perusahaan tawarkan. Dengan terpenuhinya ketiga elemen modal intelektual dengan tepat, secara tidak langsung akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dan dengan begitu perusahaan akan terus berkembang.

Penelitian yang menguji hubungan IC dengan kinerja perusahaan dilakukan oleh Firer dan Williams (2003) menunjukkan bahwa pasar Afrika menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan dengan IC. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Samporno (2007) dengan sampel perusahaan farmasi juga menunjukkan hasil bahwa aset nirwujud berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan farmasi. Dari teori dan penelitian-penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Modal Intelektual berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

2. Hubungan modal Intelektual dengan kinerja keuangan perusahaan masa depan

Chen et al., dkk (2007) dalam Ulum., dkk (2008) menyatakan bahwa IC tidak hanya berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan tahun berjalan, bahkan IC juga dapat memprediksi kinerja keuangan masa depan. Informasi posisi keuangan dan kinerja keuangan dimasa lalu sering kali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja dimasa depan.

Sumber Daya Manusia (SDM) di dalam perusahaan sangat dibutuhkan untuk memberikan ide-ide yang kreatif agar tujuan perusahaan tercapai. Peningkatan mutu SDM akan disertai dengan peningkatan kinerja perusahaan. Penelitian Atika (2009) mendefinisikan kinerja perusahaan merupakan hasil dari kinerja individu secara keseluruhan yang dicapai seseorang dalam menjalankan aktivitasnya pada kurun waktu tertentu.

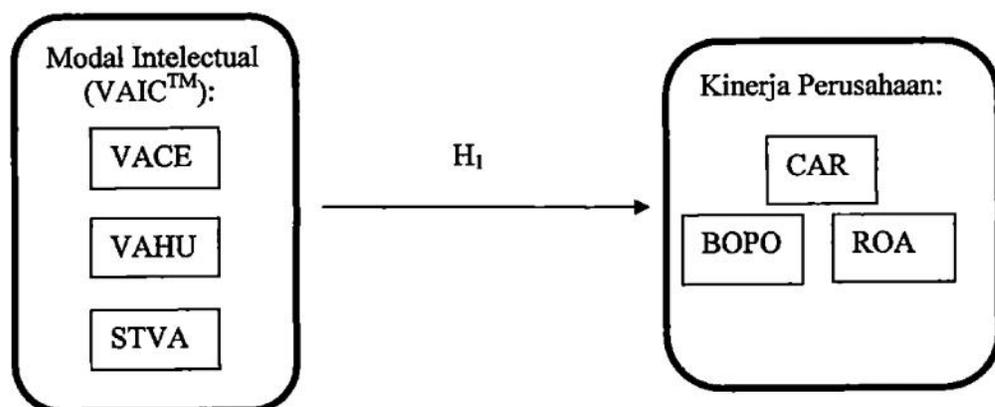
Peningkatan SDM didalam perusahaan tersebut dapat memberikan manfaat dan hasil pada tahun mendatang. Pada saat perusahaan mengirimkan karyawan yang berkompeten untuk menjaladi pendidikan atau pelatihan lagi, tentu saja manfaat yang didapat dari *human capital* tidak langsung dirasakan. Otomatis manfaatnya baru dirakan dimasa yang akan datang. Dengan demikian modal intelektual mempengaruhi kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.

Penelitian Ulum dkk (2008) menemukan bahwa modal intelektual memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan masa depan perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kuryanto dan Syafrudin (2008) menemukan hasil yang tidak konsisten dimana modal intelektual

tidak berpengaruh terhadap kinerja masa depan perusahaan. Untuk menguji kembali pengaruh modal intelektual terhadap kinerja perusahaan dimasa depan dengan menurunkan hipotesis yaitu:

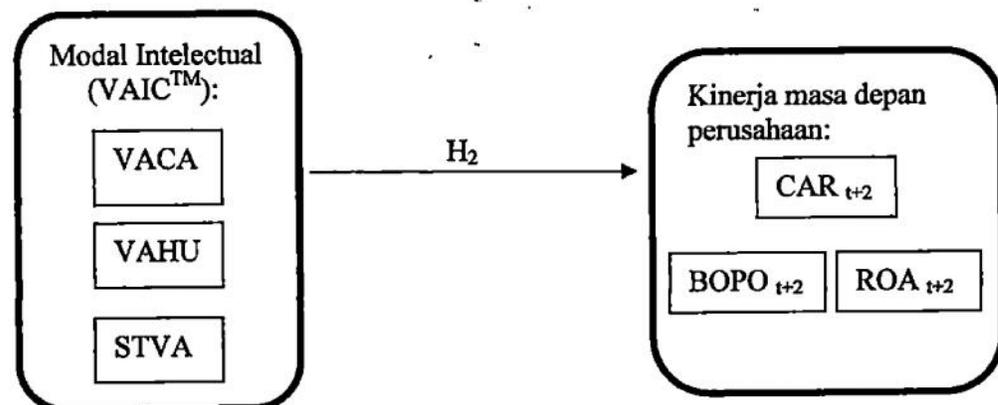
H₂: Modal intelektual berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan dimasa depan.

C. Model Penelitian



Gambar 1

Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan



Gambar 2

Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan