

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Intellectual Capital*

Gagasan tentang modal intelektual dimulai pada pertengahan tahun 1980-an yang diindikasikan dengan munculnya pergeseran dari *production based to to service* ke *knowledge-based economy*. *Intellectual capital* atau model intelektual memiliki peran yang sangat penting dan strategis diperusahaan. *Intellectual capital*, oleh Nahapiet dan Ghoshal (1998), mengacu kepada pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu kolektifitas sosial, seperti sebuah organisasi, komunikasi intelektual, atau praktek internasional. *Intellectual capital* mewakili sumber daya yang bernilai dan kemampuan untuk bertindak yang didasarkan pada pengetahuan. Polayani (Goshal, 1998) mengidentifikasi dua jenis pengetahuan: *tacit* dan *explicit*. *Tacit knowledge* merupakan pengetahuan tersembunyi yang tidak dapat/sulit untuk diajarkan kepada orang lain. Sedangkan *explicit knowledge* merupakan pengetahuan yang tampak dan lebih bersifat formal serta mudah ditransfer orang lain.

Modal intelektual merupakan modal *intangibile*, yang tidak dapat diraba seperti gedung atau pabrik, tetapi “hidup” dalam manusia, seperti struktur, proses, budaya, atau *stakholder* organisasi (Tobing, 2007). Modal intelektual adalah perangkat yang diperlukan untuk memperoleh peluang dan

ancaman dalam kehidupan (Ancok, 2008). Lonquist & Mettanen dalam Rupidara (2008) menyatakan bahwa modal intelektual memiliki potensi memajukan organisasi dan masyarakat. Joia (2000) dalam Kuryanto & Syafruddin (2008) menyatakan bahwa aktiva tak berwujud perusahaan berhubungan dengan strategi perusahaan. Aktiva tak berwujud itu berupa modal intelektual.

IC pada umumnya diidentifikasi sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan (bisnis perusahaan) dan nilai buku dari aset perusahaan tersebut atau dari *financial capital*-nya. Hal ini berdasarkan suatu observasi bahwa sejak tahun 1980an, nilai pasar dari bisnis kebanyakan dan secara khusus adalah bisnis yang berdasar pengetahuan telah menjadi lebih besar dari nilai yang dilaporkan dalam laporan keuangan berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh akuntan. (Roslender & Fincham, 2004:2).

Mouritsen (1998) dalam purnomisidhi (2006) menyatakan bahwa *Intellectual Capital* adalah masalah pengetahuan organisasi yang luas dan bersifat unik sehingga memungkinkan untuk terus menerus beradaptasi dengan kondisi yang selalu berubah. Secara *general*, modal intelektual adalah ilmu pengetahuan atau daya pikir, dikuasi/dimiliki oleh perusahaan, tidak berwujud (tidak memiliki bentuk fisik) yang dengannya perusahaan akan mendapatkan tambahan keuntungan atau kemampuan proses usaha dan yang memberikan perusahaan suatu nilai dibanding dengan *competitor* atau perusahaan lain (Ivada, 2004). Abidin (2000) dalam Kuryanto & Syafruddin (2008) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia akan dapat bersaing apabila menggunakan

kompetitif yang diperoleh melalui inovasi-inovasi yang kreatif yang dihasilkan oleh modal intelektual perusahaan. Hal ini akan mendorong terciptanya produk-produk yang semakin *favourable* dimata konsumen. Bontis *et al* (2000) dalam Ulum, dkk (2008) menyatakan bahwa secara umum para peneliti mengidentifikasi tiga konstruk utama dari IC, yaitu: *Human Capital* (HC), *Structural Capital* (SC), *Customer Capital* (CC).

Human Capital merepresentasikan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya dimana merupakan pengetahuan keterampilan dan kemampuan seseorang yang dapat digunakan untuk menghasilkan layanan profesional dan *economic rent*. *Human capital* menjadi sangat penting karena merupakan sumber inovasi dan pembaharuan juga merupakan kombinasi dari pendidikan, pengalaman dan sikap tentang kehidupan dan bisnis. Dalam situasi krisis seperti ini, perusahaan bisa saja mengurangi biaya sumber daya manusia. Namun sebelum mengambil keputusan tersebut, para employer perlu memikirkan akibat yang terjadi di perusahaan, seperti pincangnya kompetensi, beratnya beban kerja, hilangnya kesempatan sukses, macetnya proses investasi dimanusia yang sebetulnya membawa bobot pengetahuan, intelektual, jaringan sosial, *service* yang merupakan "*added value*" yang tak terbatas (Rachman & Savitri, 2008).

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. Hal ini dapat diartikan sebagai kemampuan

proses manufaktur, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. SC meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi. Termasuk dalam hal ini adalah *database*, proses manual, strategi, aktivitas harian dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar daripada nilai materialnya. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektual yang tinggi, tetapi jika 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. Berkaitan dengan hal tersebut, *structural capital* memiliki dua tujuan yang harus dicapai. Pertama, mengkodifikasi pengetahuan yang dapat ditransfer. Hal ini dilakukan agar sistemnya tidak hilang. Kedua, menghubungkan para karyawan dengan data, ahli dan keahlian.

Customer Capital atau modal pelanggan adalah hubungan organisasi dengan orang-orang yang berbisnis dengan organisasi tersebut. *Customer Capital* muncul dalam bentuk proses belajar, akses dan kepercayaan. Ketika sebuah perusahaan atau seseorang akan memutuskan membeli dari suatu perusahaan, maka keputusan didasarkan pada kualitas hubungan mereka, harga, dan spesifikasi teknis. Pengetahuan yang dimiliki bersama adalah bentuk tertinggi *Customer Capital* (Sugeng, 2000).

2. *Value Added Intellectual coefficient (VAIC)*

Metode VAIC yang dikembangkan oleh Pulic (1998) dalam Ulum, dkk (2008) didesain untuk menyediakan informasi tentang *value creation efficiency*

dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang dimiliki perusahaan. Pulic (1998) dalam Ulum dkk. (2008) mengukur modal intelektual dengan menggabungkan nilai *value added* dari 3 komponen penyusun; *value added of physical capital* (VACA), *value added of human capital* (VAHU) dan *value added of structural capital* (STVA). Cara pengukuran ini tergolong masih baru dan belum banyak digunakan oleh para peneliti sebelumnya sebagai pengukur modal intelektual. Dimana model ini dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added* (VA).

VA adalah indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan dan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*) (Pulic, 1998) dalam Ulum, dkk (2008). VA dihitung sebagai selisih antara *output* dan *input* (Pulic, 1998) dalam Ulum, dkk (2008). Tan *et al*, (2007) menyatakan bahwa *output* (OUT) merepresentasikan *revenue* dan mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual dipasar, sedangkan *input* (IN) mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh *revenue*, dalam model ini beban karyawan (*labour expense*) tidak termasuk dalam IN. Karena itu, aspek kunci dalam model Pulic adalah memperlakukan tenaga kerja sebagai entitas penciptaan nilai (*value creating entity*) (Tan *et al.*, 2007).

3. Hubungan antara IC dan Kinerja Perusahaan

Hubungan *intellectual capital* dengan kinerja keuangan perusahaan telah dibuktikan secara empiris oleh beberapa peneliti dalam berbagai pendekatan di beberapa negara Hannes dan Lowendahl (1997) dalam Hong (2007)

mengklasifikasikan IC sebuah perusahaan menjadi sumber kompetensi dan hubungan. Hong (2007) dalam Kuryanto Syafruddin (2008) menyatakan bahwa ada pengaruh modal intelektual dengan kinerja perusahaan pada 150 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Singapura.

B. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

1. Hubungan Modal intelektual dengan Kinerja Perusahaan.

Sebuah wabah penelitian tentang IC telah mengubah fokus dan lingkupnya pada tahun-tahun belakangan ini. Penelitian sebelumnya juga menempuh sejumlah kerangka untuk mengklasifikasikan dan mengukur konsep itu. Model klasifikasi yang telah dikembangkan Petrash (1996) dalam Hong (2007) *Value Platform Model*. Model tersebut mengklasifikasikan IC menjadi jumlah modal manusia, modal organisasional dan modal pelanggan. Edvinsson dan Malone (1997) dalam Hong (2007) mengembangkan *Skandia Value Scheme* yang mengklasifikasikan IC menjadi modal struktural dan modal manusia.

Penelitian Ulum dkk. (2008) menunjukkan bahwa modal intelektual berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Rubhyanti (2008) menyatakan bahwa modal intelektual perusahaan memiliki dampak positif terhadap nilai pasar dan kinerja keuangan, dan mungkin menjadi indikator bagi kinerja keuangan masa depan. Penelitian Kuryanto dan Syafrudin (2008) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa modal intelektual tidak berperan penting dalam menentukan kinerja keuangan perusahaan

Haanes dan Lowendahl (1997) dalam Hong (2007) mengklasifikasikan IC sebuah perusahaan menjadi sumber kompetensi dan hubungan. Model Lowendahl (1997) dalam Hong (2007) menghaluskan model sebelumnya dan membagi kategori kompetensi dan hubungan menjadi dua subkelompok yaitu individual dan kolektif. Stewart (1997) mengklasifikasikan IC menjadi tiga bentuk dasar menjadi modal manusia, modal struktural dan modal pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : Ada pengaruh positif antara IC sebuah perusahaan dengan kinerjanya.

2. Pengaruh IC terhadap Kinerja Perusahaan Masa Depan

Modal intelektual tidak hanya berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan tahun berjalan, tapi di duga dapat memprediksikan kinerja keuangan masa depan. Hal ini dikarenakan hasil dari pelatihan karyawan tidak selalu dapat dinikmati secara langsung pada tahun yang sama, namun justru pada tahun-tahun sesudahnya. Hal ini juga dinyatakan oleh Hong (2007) dalam Kuryanto & Syafruddin (2008) yaitu semakin tinggi nilai IC sebuah perusahaan, maka semakin tinggi kinerja perusahaan masa depan.

Pelatihan SDM bertujuan untuk meng-*upgrade* kemampuan karyawan baik itu sesuai dengan keahlian yang sudah dimiliki maupun lintas bidang. Harapan perusahaan tentunya agar karyawan dapat menghasilkan output baik itu inovasi produk/jasa atau pelayanan yang memuaskan konsumen sehingga perusahaan dapat menarik konsumen baru dan membentuk loyalitas konsumen terhadap merk dari perusahaan. Menurut Giddens (2002) dalam

Fajrianti dan Farrah (2005), loyalitas konsumen dapat meningkatkan volume penjualan. Loyalitas terhadap merek akan mengurangi risiko kehilangan konsumen, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan dan penjualan.

Hendricks (1976) dalam Sugiarti dkk. (2005) menyatakan bahwa penambahan informasi mengenai SDM atau modal intelektual dalam laporan keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Lebih lanjut dinyatakan bahwa dalam manajemen SDM, pengeluaran perusahaan untuk keperluan pelatihan SDM adalah salah satu faktor yang meningkatkan nilai aktiva SDM sebagai investasi. Sebagaimana sumber daya lainnya seperti gedung, pabrik dan mesin, maka pengeluaran SDM dapat dialokasikan lebih dari satu periode akuntansi dan dikapitalisasi sebagai aktiva. Maka pada setiap periode laporan keuangan akan terdapat penambahan nilai aktiva tidak berwujud, sehingga nilai kinerja keuangan perusahaan di masa depan akan mengalami peningkatan. Senada dengan pernyataan di atas, Mouritsen (1998) dalam Anatan dan Ellitan (2005) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai suatu proses pengelolaan teknologi yang mengkhususkan untuk menghitung prospek perusahaan di masa yang akan datang. Dari teori dan penelitian-penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H : Ada Pengaruh positif nilai IC terhadap kinerja masa depan perusahaan

3. Pengaruh Tingkat Pertumbuhan IC dengan Kinerja Masa depan Perusahaan.

Hong (2007) dalam Kuryanto & Syafruddin (2008) menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara tingkat pertumbuhan IC sebuah perusahaan dengan kinerja masa depan perusahaan. Jika perusahaan yang memiliki IC lebih tinggi akan cenderung memiliki kinerja masa depan yang lebih baik, maka logikanya rata-rata pertumbuhan dari IC (*rate of growth of intellectual capital*) juga akan memiliki hubungan positif dengan kinerja keuangan masa depan (Tan *et al.*, 2007 dalam Ulum, dkk 2008).

Ekawati (2005) menyatakan bahwa memaksimalkan tingkat pertumbuhan tidak memaksimalkan profitabilitas akuntansi dan nilai perusahaan. Penelitian tersebut dilakukan pada 493 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Abdolmohammadi (2005) menyatakan bahwa ada hubungan positif antara pengungkapan IC dengan *market capitalization* pada 53 perusahaan *Fortune* 500. Hal ini akan menghasilkan manfaat bagi perusahaan jika perusahaan melakukannya. Meskipun, manfaat tersebut dibandingkan dengan akumulasi biaya untuk menyediakan informasi tersebut. Berdasarkan uraian di atas, dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Ada pengaruh positif antara tingkat pertumbuhan IC sebuah perusahaan dengan kinerja masa depan perusahaan

C. Model Penelitian

Model penelitian ini menggambarkan *intellectual capital* sebagai variabel independen berpengaruh terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen. Model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam gambar berikut:

Gambar 2.1
Model Kerangka Pemikiran Teoritis

