

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Saat ini masyarakat dunia sudah mengalami pergeseran dari tipe masyarakat industrialis dan jasa menjadi masyarakat pengetahuan. Menurut Drucker (1997, 2001) dalam bukunya berjudul *Manajemen di Tengah Perubahan Besar* dalam Rupidara (2008), menyebutkan bahwa masyarakat pengetahuan memiliki ciri yaitu pengetahuan, kapabilitas untuk belajar dan tindakan membangun basis-basis intelektual dianggap sebagai penggerak perubahan yang cepat dalam masyarakat dan karenanya manusia sebagai pekerja pengetahuan (*knowledge worker*) menjadi aktor utama. Vitalnya kedudukan pengetahuan dalam masyarakat baru ini juga telah dinyatakan oleh Alfred Marshall dalam Rupidara (2008) dengan mengatakan bahwa pengetahuan merupakan mesin produksi yang paling *powerful*.

Menguatkan pernyataan Alfred Marshall tersebut, Stewart (1997) dalam Oliveras dan Kasperskaya (2004) menyebutkan bahwa pengetahuan telah teridentifikasi sebagai *main generator* dari nilai perusahaan. Menurut Lev (2001) dalam Oliveras dan Kasperskaya (2004) ada 2 alasan perubahan tersebut dapat terjadi, (1) terjadinya peningkatan dalam kompetisi bisnis yang diakibatkan oleh globalisasi dan peningkatan terjadinya deregulasi dalam banyak sektor; (2) terciptanya sistem informasi baru dan peningkatan dalam bidang teknologi.

Seiring dengan perubahan tersebut model perekonomian pun turut bergeser ke arah ekonomi pengetahuan (Bounfour dan Edvinsson, 2005, Aubert, 2005 dalam Rupidara 2008). Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap cara perusahaan-perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Perusahaan harus berubah dari *labor-based business* menjadi *knowledge business*. Kemakmuran perusahaan yang dijalankan dengan penerapan manajemen pengetahuan (*knowledge management*) akan bergantung pada suatu penciptaan transformasi dan kapitalisasi dari pengetahuan itu sendiri (Sawarjuwono dan Kadir, 2003).

Sawarjuwono dan Kadir (2003) juga menyebutkan bahwa dalam sistem manajemen pengetahuan tersebut, sumber daya keuangan dan aktiva fisik lainnya menjadi kurang penting dibandingkan dengan modal yang berbasis pengetahuan dan teknologi. Berkurangnya atau bahkan hilangnya aktiva tetap berwujud dalam neraca perusahaan tidak menyebabkan hilangnya penghargaan pasar terhadap mereka (Rupert, 1998 dalam Sawarjuwono dan Kadir, 2003).

Rupert (1998) dalam Sawarjuwono dan Kadir (2003) mengungkapkan bahwa ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang memiliki aktiva berwujud yang tidak signifikan dalam laporan keuangan namun penghargaan pasar atas perusahaan-perusahaan tersebut justru sangat tinggi. Roos et al. (1997) dalam Sawarjuwono dan Kadir (2003) mengungkapkan bahwa:

The market value of these companies is many their net asset value, that is the value of their physical. The difference between the two values is the company's "hidden value", which can be expressed as a percentage of the market value.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan informasi pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Market Value dan Assets (Dalam Jutaan Dollar)

Company	Market Value	Revenue	Profits	Net Assets	Hidden Value
General Electric	169	79	7.3	31	138 (82%)
Coca Cola	148	19	3.5	6	142 (96%)
Exxon	125	119	7.5	43	82 (66%)
Microsoft	119	9	2.2	7	112 (94%)
Intel	113	21	5.2	17	96 (85%)

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *market value* terjadi karena masuknya konsep modal intelektual sebagai faktor utama yang dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan (Abidin, 2000 dalam Sawarjuwono dan Kadir, 2003). Hal tersebut juga diungkapkan Stewart (1997) dalam Astuti dan Sabeni (2005) dengan menyatakan bahwa:

Kenaikan nilai kapitalisasi saham yang cukup tinggi dan adanya selisih antara nilai buku dengan nilai kapitalisasi saham pada *knowledge based industries* menunjukkan terjadinya *missing value* pada laporan keuangan yang kemudian disebut sebagai *Intellectual capital*. Perbandingan nilai buku dengan nilai pasar saham yang terdapat di neraca pada perusahaan berbasis pengetahuan menunjukkan angka 1:7, sedangkan pada perusahaan jasa 1:1. Selisih tersebut karena terdapat *intangible asset* yang tidak dicatat dalam neraca oleh perusahaan.

Dalam sebuah artikel berjudul *Intellectual Capital and business value – Hidden resources* yang dipublikasikan di www.edc-econdev.com dicontohkan bahwa pada 31 maret 2001 nilai buku Microsoft (total aset – kewajiban) sebesar \$ 54,3 miliar, angka tersebut sudah termasuk *goodwill* sebesar \$ 1,4 miliar dan *intangibles asset* sebesar \$ 277 juta. Kapitalisasi sahamnya sebesar \$ 301 miliar. Selisih antara nilai kapitalisasi saham dengan nilai buku yang sudah dikurangi *intangibles asset* dan *goodwill* adalah sebesar \$ 248,4 miliar atau 82,4 % dari total

aset. Perhitungan ini memperjelas bahwa ada *intangibles asset* yang belum dicatat dalam neraca oleh perusahaan.

Sveiby (1995) dalam artikel tersebut disebutkan melakukan penelitian yang membuktikan bahwa untuk industri yang sangat bergantung pada *Intellectual Capital* seperti perusahaan farmasi dan jasa, nilai pasarnya lebih besar beberapa kali dari nilai bukunya. Sebaliknya pada industri yang kegiatan utamanya masih banyak berkuat pada pengelolaan *tangibles asset* seperti manufaktur dan real estate memiliki nilai pasar yang mendekati jumlah nilai bukunya. Lebih lanjut Sveiby membandingkan 2 perusahaan yang bergerak pada industri yang sama yaitu di bidang pengolahan baja. Perusahaan tersebut yaitu Betlehem dan Nucor, masing-masing memiliki pendapatan tahunan yang hampir sama yaitu berkisar pada \$ 1,3 miliar. Faktanya Betlehem memiliki nilai pasar yang mendekati nilai bukunya, sementara Nucor memiliki nilai pasar 4 kali lebih besar dari nilai bukunya. Sveiby menyelidiki kenapa perbedaan tersebut dapat terjadi, kemudian ditemukan bahwa Nucor memiliki teknologi yang disebut *mini mill* dan pendekatan manajemen yang mendukung karyawan melakukan pengembangan kompetensi dan pengetahuannya. Teknologi dan pengembangan kompetensi karyawan oleh banyak akademisi dan peneliti diidentifikasi sebagai bagian dari *Intellectual Capital*. Secara singkat dapat ditarik kesimpulan dari penelitian Sveiby yaitu bahwa *hidden values* timbul karena adanya *Intellectual Capital* didalamnya.

Rupidara (2008) mengaitkan antara konsep *intellectual capital* yang selanjutnya disingkat IC, dalam konteks persaingan dan pencarian basis

keunggulan kompetitif. Dalam konteks tersebut organisasi berupaya mencari strategi bersaing dan basis daya saing yang tepat untuk unggul. Konsep strategi itu sendiri, seperti didefinisikan Barney (2007) dalam Rupidara (2008), adalah berkaitan dengan teori sebuah organisasi tentang bagaimana ia berkinerja tinggi dan unggul di dalam bidang bisnisnya. Dalam wacana pencarian cara untuk unggul (baca: strategi), telah terjadi pergeseran pandangan dalam memahami strategi. Pada model yang dikembangkan Porter yang disebut pendekatan organisasi industri (*industrial organization*), strategi adalah semata-mata soal pemosisian di pasar. *Resource-based view of the firm* (RBV) atau yang juga dikenal dengan pendekatan berbasis sumber daya oleh Rupidara (2008) dipandang sebagai basis keunggulan kompetitif yang relevan dalam konteks perekonomian yang dicirikan oleh keunggulan pengetahuan (*knowledge/ learning economy*) atau perekonomian yang mengandalkan aset-aset tak berwujud (*intangible assets*). Pendekatan RBV tersebut menilai bahwa nilai ekonomis dan keunggulan kompetitif sebuah organisasi ekonomi terletak pada kepemilikan dan pemanfaatan secara efektif sumber daya organisasi yang mampu menambah nilai (*valuable*), bersifat jarang dimiliki (*rare/ scarce/ unique*), sulit untuk ditiru (*imperfectly imitable/ hard to copy*), dan tidak tergantikan oleh sumber daya lain (*non-substitutable*) (Barney 1991, 2001, 2007 dalam Rupidara, 2008). Oleh karena itu, strategi bersaing harus diletakkan pada upaya-upaya mencari, mendapatkan, mengembangkan, dan mempertahankan sumber daya-sumber daya strategis. Dua sumber daya strategis yang dimaksud adalah manusia (*human capital*) dan

organisasi (*organizational capital*). Dalam istilah yang berbeda, Rupidara (2008) kemudian menyandingkannya dengan konsep IC.

Jika diuraikan bagaimana IC dapat meningkatkan kinerja maka perlu dipahami terlebih dahulu bahwa IC merupakan interaksi antara *human capital*, *customer capital* dan *structural capital* (Bontis, 1998 dalam Astuti dan Sabeni, 2005) yang saling mendukung. *Human capital* yang diartikan sebagai kapabilitas, komitmen, pengetahuan dan pengalaman individu (karyawan) yang dipinjamkan pada perusahaan (Widjanarko, 2006), memiliki potensi untuk membangun orientasi pasar bagi konsumen (*customer capital*) jika karyawan memiliki pemahaman yang baik terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian Astuti dan Sabeni (2005) menyatakan bahwa *human capital* memiliki hubungan signifikan positif terhadap *customer capital*, sehingga semakin baik kemampuan yang dimiliki karyawan maka semakin baik pula kemampuan untuk memahami dan mengembangkan pelayanan bagi konsumen.

Human capital merupakan sumber inovasi dan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai. Untuk terus dapat mengembangkan nilai perusahaan maka karyawan memerlukan budaya organisasi, rutinitas dan sistem informasi (*structural capital*) yang mendukung dalam peningkatan pengetahuannya.

Secara singkat dapat dikatakan bahwa, inti dari operasional perusahaan adalah melayani konsumen sehingga *customer capital* mutlak perlu dimiliki oleh perusahaan. *Human capital* merupakan penggerak dalam menciptakan *customer*

capital, sementara *structural capital* mendukung usaha karyawan dalam penciptaan nilai bagi perusahaan.

Sejak wacana IC muncul dan kini dianggap sebagai kunci penentu nilai perusahaan dan kinerja ekonomi nasional (Choo & Bontis, 2002 dalam Astuti dan Sabeni, 2005), para akuntan terus berupaya memecahkan tantangan untuk melakukan pengukuran dan pengakuan yang paling tepat terhadap IC dalam perusahaan.

Belum banyak penelitian yang dilakukan mengenai IC mengingat istilah ini baru mengemuka pada tahun 1997. Tak hanya di Indonesia, di lingkungan bisnis global pun IC masih menjadi sesuatu yang dianggap baru dan hanya beberapa negara maju seperti Australia, Amerika dan negara-negara Skandinavia yang telah mulai menerapkan konsep ini (Sawarjuwono dan Kadir, 2003)

Beberapa peneliti telah membuktikan bahwa *intellectual capital* (IC) memang memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan (Chen et al, 2005; Margaretha dan Rakhman, 2006; Bontis et al, 2000; Partiw, 2004; Ulum dkk, 2008). Namun demikian, penelitian Kuryanto dan Syafruddin (2008) menunjukkan hal yang sebaliknya yaitu bahwa IC tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hidayat (2000) dalam Kuryanto dan Syafruddin (2008) menyatakan bahwa orang Indonesia hanya memberikan sedikit perhatian terhadap IC karena mereka tidak bisa melihat manfaat daya pikir dalam balas jasa investasi mereka. Sawarjuwono dan Kadir (2003) pun menyatakan bahwa hingga kini perusahaan-

perusahaan di Indonesia cenderung tidak memperhatikan *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* yang merupakan komponen IC.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan pengujian kembali mengenai pengaruh IC terhadap kinerja perusahaan serta memperoleh bukti empiris mengenai pentingnya IC bagi keberhasilan perusahaan sehingga diharapkan mampu mendorong pengelola bisnis terutama di Indonesia untuk mulai memperhatikan IC sebagai salah satu kunci sukses perusahaan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya (Ulum dkk, 2008; Kuryanto dan Syafruddin, 2008) dalam hal, (1) Kinerja keuangan mencakup kinerja keuangan dan kinerja pasar; (2) pengkategorian sampel yang digunakan akan dibagi menjadi 2 kelompok yaitu perusahaan *new economy* dan *old economy*; (3) menambahkan variabel kesempatan bertumbuh perusahaan (*Investment Opportunity Set*). Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini berjudul **“PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* (IC) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN KESEMPATAN BERTUMBUH PERUSAHAAN“**.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan?
2. Apakah *intellectual capital* berpengaruh signifikan positif terhadap kesempatan perusahaan untuk bertumbuh?

3. Apakah ada perbedaan pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan jika perusahaan dibedakan berdasarkan kategori *new economy* dan *old economy*?
4. Apakah ada perbedaan pengaruh *intellectual capital* terhadap kesempatan perusahaan untuk bertumbuh jika perusahaan dibedakan berdasarkan kategori *new economy* dan *old economy*?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan memberikan bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan.
2. Pengaruh *intellectual capital* terhadap kesempatan perusahaan untuk bertumbuh.
3. Perbedaan pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan berdasarkan kategori *new economy* dan *old economy*.
4. Perbedaan pengaruh *intellectual capital* terhadap kesempatan perusahaan untuk bertumbuh berdasarkan kategori perusahaan *new economy* dan *old economy*.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi pengelola perusahaan, hasil ini diharapkan mampu menyadarkan bahwa terdapat faktor lain di luar modal fisik dan keuangan saja yang mempengaruhi kesuksesan sebuah perusahaan.

2. Bagi para karyawan, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesempatan yang lebih luas untuk memperoleh ilmu pengetahuan serta wawasan yang berkaitan dengan bidang kerjanya. Selain itu meningkatkan nilai sumber daya manusia sebagai kunci penting bagi kesuksesan perusahaan.
3. Bagi pemerintah, membantu usaha peningkatan kualitas SDM yang hingga kini masih dianggap rendah.
4. Bagi akademisi, memberikan kontribusi berupa tambahan hasil penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan dan kesempatan bertumbuh perusahaan. Diharapkan penelitian ini mampu mendorong dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai *intellectual capital*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. *Intellectual Capital*

Definisi IC hingga kini masih dalam perdebatan. Hal ini dinyatakan oleh ensiklopedia online Wikipedia.com yang menyebutkan IC yaitu:

Suatu istilah yang memiliki berbagai definisi dalam teori-teori ekonomi yang berbeda. Karenanya, satu-satunya definisinya yang paling netral adalah suatu debat mengenai aktiva tak berwujud (*intangibles*) dalam ekonomi dan asumsi modal yang menciptakan kekayaan intelektual.

Hal ini juga dinyatakan oleh Saleh et al (2008) dengan menyatakan “*To date, there is no universally or generally accepted definition of IC*”.

Rachmawati dkk (2007) menyatakan bahwa sebagian literatur IC berangkat dari perspektif akuntansi dan keuangan. Banyak penelitian dilakukan untuk menjawab 2 pertanyaan berikut (1) apa yang menyebabkan perusahaan mempunyai nilai melebihi nilai bukunya; (2) unsur spesifik apa yang terdapat dalam *intangible assets* (Bontis, 2001 dalam Rachmawati dkk, 2007).

Nilai perusahaan ditentukan oleh nilai pasarnya (*market value*), dimana formula nilai pasarnya adalah *tangible asset* ditambah *intangible asset* (Mayo, 2000 dalam Rachmawati dkk, 2007). *Tangible asset* diperoleh dari neraca yang diukur dalam periode waktu tertentu, sedangkan *intangible asset* dalam akuntansi disebut sebagai *goodwill* dan didepresiasi sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku dengan mengesampingkan kenyataan akan