

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai *intellectual capital* dalam kaitannya dengan kinerja perusahaan baik secara keuangan maupun pasar telah banyak dilakukan. Diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Bontis (1998, 2000) yang memiliki tujuan untuk menginvestigasi hubungan antara ketiga elemen *intellectual capital* yakni *Human Capital* (HC), *Customer Capital* (CC), dan *Structural Capital* (SC) terhadap kinerja perusahaan pada sektor Industri di Kanada dan Malaysia. Kedua penelitian tersebut didasarkan pada kuisioner dan memiliki hasil yang hampir sama. Hasil yang disimpulkan menunjukkan terdapat hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja industri, meskipun terdapat perbedaan dimana CC dan SC perusahaan berhubungan dengan kinerja industri pada perusahaan di Kanada, sedangkan di Malaysia hanya elemen SC yang berhubungan dengan kinerja industri.

Firrer dan Williams (2003) yang melakukan penelitian *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan dengan data 75 perusahaan public di Afrika Selatan mencoba mengadopsi metode pengukuran VAIC. Dalam penelitian tersebut menggunakan rasio profitabilitas (ROA), rasio produktifitas (ATO) untuk mengukur kinerja perusahaan, dan nilai pasar yang diproksikan oleh market to book value ratio (MBV). Hasil yang diperoleh adalah *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, hasil penelitian tersebut juga

menunjukkan bahwa *physical capital* merupakan faktor yang paling signifikan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan di Afrika Selatan.

Melanjutkan penelitian yang dilakukan oleh Firrer dan Williams (2003), Chen *et al.* (2005) menggunakan sampel 4.254 perusahaan public di Taiwan Stock Exchange dengan variabel *market to book value ratio* (MB) dan kinerja keuangan yang diprosikan oleh *return on equity* (ROE), *return on asset* (ROA), pertumbuhan pendapatan (GR), *employee performance* (EP), serta menambahkan variabel R&D (*research and development*) sebagai instrumen penguat VAIC. Chen *et al.* (2005) menghubungkan *intellectual capital* dengan nilai pasar dan kinerja perusahaan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *intellectual capital* memiliki hubungan positif dengan nilai pasar, dan R&D berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Maditinos *et al.* (2011) meneliti dampak *intellectual capital* pada kinerja pasar dan keuangan perusahaan dengan data 96 perusahaan yang terdaftar di *Athens Stock Exchange* (ASE). Hasil dari penelitian tersebut menolak banyak hipotesis mengenai dampak *intellectual capital* pada kinerja perusahaan. Penelitian ini disimpulkan dengan adanya hubungan signifikan yang statis antara *human capital efficiency* (HCE) dengan kinerja perusahaan.

Di Indonesia penelitian mengenai *intellectual capital* telah dilakukan salah satunya oleh Luhur (2010) yang mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai pasar perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006 sampai 2008. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah bahwa jumlah karyawan berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar perusahaan, pendapatan

bersih karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar perusahaan, dan tingkat pertumbuhan pendapatan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pramelasari (2010) menggunakan *intellectual capital* yang diukur dengan metode VAIC sebagai variabel independen dan *Market to Book Value* (MtBV) serta kinerja keuangan yang diukur dengan ROA, ROE, dan EP sebagai variabel independen. Hasilnya adalah *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap MtBV dan kinerja keuangan perusahaan (ROE, ROA, EP). Lebih lanjut dalam penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa (1) *Value Added of capital employee* (VACA) berpengaruh signifikan negatif terhadap MtBV dan signifikan positif terhadap ROA, ROE, dan EF. (2) VAHU berpengaruh signifikan positif terhadap MtBV, dan berpengaruh signifikan negative terhadap ROE dan ROA. (3) *Research and Development expenditure* (RD) berpengaruh terhadap ROA dan tidak berpengaruh terhadap MtBV, ROE, dan EP. Sedangkan *advertising expenditure* berpengaruh terhadap MtBV dan kinerja keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Putra (2012) dengan modal intelektual sebagai variabel independen terhadap nilai pasar perusahaan sebagai variabel dependen. Dengan menggunakan 25 sampel perusahaan perbankan selama tiga tahun pengamatan diperoleh hasil bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Resources Based Theory*

Resources Based Theory (RBV) merupakan sumber daya perusahaan sebagai pengendali utama di balik kinerja dan daya saing perusahaan (Belkaoui, 2003; Hunter dan William, 2003; Saleh et al., 2008 dalam Simamarta, 2015). Teori ini dipelopori oleh Penrose (1959), yang mengemukakan bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen, tidak homogen, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap perusahaan. Menurut Barney (1991), Madhani (2009) dalam Utami (2013) *Resources Based Theory* membahas mengenai sumber daya yang dimiliki perusahaan dan bagaimana perusahaan dapat mengolah dan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. Kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber dayanya dengan baik dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, sehingga diharapkan dapat menciptakan nilai bagi perusahaan.

Resource based view of the firm didasarkan pada dua hal utama. Pertama, *resource diversity (resource heterogeneity)* yang memandang bahwa sumber daya atau capability perusahaan yang juga dimiliki oleh perusahaan lain (*competitor*) sehingga sumber daya tersebut dianggap tidak memiliki keunggulan bersaing. Kedua, *Resource Immobility* menunjuk pada sumber daya perusahaan yang tidak bisa dimiliki/sulit didapat oleh perusahaan pesaing karena sulitnya pengembangan, sulit mendapatkan informasi mengenai besarnya biaya pengembangan serta besarnya biaya penggunaan sumber daya tersebut (Barney, 1991 dalam Madhani, 2009)

Teori *Resource Based View* mengharapkan perusahaan untuk memanfaatkan aset tak berwujud yang dimiliki melalui penciptaan pengetahuan khusus, keterampilan, dan budaya (*achievement motivation*) yang ada di dalam perusahaan agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Dengan mengembangkan keunggulan bersaing melalui kapabilitas pekerja, kapabilitas produksi, serta menciptakan penawaran berbeda oleh SDM maupun produk yang ada, maka akan mendorong *unique value* untuk menciptakan kinerja perusahaan melalui pengembangan inovasi yang pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan (Utami, 2013).

2.2.2 The Knowledge Based Economy (Perekonomian berbasis pengetahuan)

Perekonomian berbasis pengetahuan merupakan konsep yang menekankan pentingnya peran ilmu pengetahuan dan teknologi terhadap pertumbuhan ekonomi, baik secara makro (negara) maupun mikro (perusahaan) (OECD, 2001). Oleh karena itu, dalam dimensi mikro, kemakmuran perusahaan akan bergantung pada suatu penciptaan transformasi dan kapitalisasi dari pengetahuan itu sendiri. Dimana bila perusahaan dapat mengelola dan memanfaatkan *intellectual capital* yang dimiliki dengan baik, diharapkan akan tercipta kompetensi khas bagi perusahaan yang nantinya akan menjadi keunggulan kompetitif sebagai modal bersaing bagi perusahaan (Ulum, 2008).

Knowledge based economy sendiri adalah suatu ungkapan yang digunakan untuk mendeskripsikan tren dalam perkembangan ekonomi menuju pemanfaatan pengetahuan, informasi dan tingkat *high skill* yang lebih baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa ilmu pengetahuan merupakan motor penggerak produktivitas,

keunggulan kompetitif, dan pertumbuhan ekonomi yang menekankan peran dari informasi dan teknologi. Peningkatan ketergantungan pada ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan karakteristik tunggal yang paling menonjol dari pertumbuhan ekonomi terkini, dimana ilmu pengetahuan menjadi dasar untuk pelaksanaan kegiatan-kegiatan ekonomi (Abramowitz and David, 1996). Artinya, keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui pemanfaatan dan investasi pada aset tidak berwujud yang lebih intensif (Hapsoro, 2009).

2.2.3 Aset Tak Berwujud

Itner (2008) mendefinisikan aset tak berwujud sebagai kemampuan dinamis perusahaan yang tercipta dari kompetensi inti dan sumber daya pengetahuan, termasuk struktur organisasi, kemampuan ahli karyawan, dorongan sentripetal karyawan, kemampuan inovasi R&D, ukuran pelanggan, pengakuan merek, dan pasar saham. Beberapa peneliti (Edvinsson dan Malone, 1997; Stewart, 1997; Bukh dkk, 2001; Serrano-Cinca dkk., 2003) mengindikasikan bahwa aset tak berwujud juga dapat diwakilkan oleh *intellectual capital* dari sebuah perusahaan (Lu *et al.*, 2012).

Terdapat berbagai macam pendekatan yang menjelaskan *intangibles*, *intangible assets* (aset tak berwujud), dan *intellectual capital*. Beberapa penulis menganggap istilah-istilah tersebut menjadi sinonim, sedangkan yang lain masih memisahkan istilah tersebut satu sama lain. Menurut Lev (2003) istilah *intangible assets*, *knowledge assets* dan *intellectual capital* dapat saling menggantikan, mengingat fakta bahwa ketiga istilah tersebut biasa digunakan secara luas: *intangible assets* dalam literatur akuntansi, *knowledge assets* oleh ahli ekonomi,

intellectual capital dalam literatur hukum dan manajemen; dan secara keseluruhan istilah tersebut adalah sama untuk keuntungan masa depan yang tidak berwujud materil. Dengan demikian *intangibile assets* atau *intellectual capital* didefinisikan oleh Lev sebagai “sumber daya tidak berwujud atas nilai (menegaskan untuk kepentingan masa depan) yang dihasilkan oleh inovasi (penemuan), pola organisasi yang unik, ataupun pengalaman sumber daya manusia”. Sedangkan menurut Lönnqvist dan Mettänen (2002) *intellectual capital* adalah sumber daya non-materil atas penciptaan nilai suatu perusahaan, berdasarkan kemampuan karyawan, sumber daya organisasi, cara beroperasi dan hubungan dengan pemegang saham. Sehingga menurut peneliti Lönnqvist dan Mettänen dan Lev, istilah *intellectual capital* dan *intangibile assets* diusulkan untuk digunakan saling menggantikan (Volkov dan Garanina, 2007).

1. *Intellectual Capital*

Intellectual Capital didefinisikan oleh Roos *et. al* (2005) sebagai sumber daya non moneter dan tidak berbentuk fisik yang seluruh atau sebagian darinya dikendalikan oleh perusahaan dan menyumbang penciptaan nilai dari perusahaan. Sementara menurut Stewart dalam Hariyanto dan Hermawan (2015) *intellectual capital* adalah material intelektual – pengetahuan, informasi, hak intelektual, pengalaman – yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. Sebuah kolaboratif kekuatan otak dan pengemasan pengetahuan yang bermanfaat.

Bontis (1998) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai seperangkat aset tak berwujud (sumber daya, kemampuan, dan kompetensi) yang menggerakkan kinerja organisasi dan penciptaan nilai. Pulic (1998) menggolongkan *intellectual*

capital menjadi tiga komponen utama yaitu *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *Capital Employed* (CE). Sejalan dengan Pulic, Bontis *et al.* dalam Putra (2012) juga membagi secara umum elemen-elemen dalam *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *Costumer Capital* (CC). Berikut adalah penjelasan dari ketiga komponen/elemen dari *intellectual capital*:

a. *Human Capital* (HC)

Human Capital dapat didefinisikan sebagai pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman yang dimiliki oleh karyawan. Menurut Bontis (2004) *human capital* adalah kombinasi dari pengetahuan, *skill*, kemampuan melakukan inovasi dan kemampuan menyelesaikan tugas, meliputi nilai perusahaan, kultur, dan filsafatnya. Sebagai contoh dari *human capital* ini adalah kapasitas inovasi, kreativitas, ”*know how*” atau tahu bagaimana, pengalaman sebelumnya, kapasitas tim kerja, fleksibilitas karyawan, toleransi atas perbedaan, motivasi, kepuasan karyawan, kapasitas pembelajaran, loyalitas, pendidikan dan pelatihan formal (Marr dan Starovic, 2004). *Human capital* sangat penting karena sumber dari inovasi, strategi, mimpi dari perusahaan, proses *re-engineering*, dan segala sesuatu yang menciptakan suatu persepsi pasar yang positif bagi perusahaan dimata pasar adalah pada *personal skill* yang dimiliki oleh karyawan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat mengungguli persaingan penjualan (Bontis, 1999; Margaretha dan Rakhman, 2006 dalam Wijaya, 2012)

b. *Structural Capital (SC)*

Structural capital adalah ilmu pengetahuan yang tinggal dalam perusahaan yang terdiri dari rutinitas organisasi, sistem, prosedur, budaya, dan database. Bontis (2001) mendefinisikan *structural capital* sebagai segala sesuatu yang akan ditinggalkan di kantor ketika karyawan pulang. *Structural capital* merupakan infrastruktur pendukung dari *human capital* sebagai sarana dan prasarana pendukung kinerja karyawan. Contoh dari SC adalah fleksibilitas organisasi, jasa dokumentasi, keberadaan pusat pengetahuan, penggunaan umum teknologi informasi, dan kapasitas pembelajaran organisasi (Marr dan Starovic, 2005).

c. *Customer Capital (CC)*

Customer capital (CC) juga dapat dikatakan sebagai *relational capital (RC)*. Sebagaimana pernyataan IFAC (1998), *relational capital (RC)* atau *customer capital (CC)*, termasuk didalamnya adalah hubungan organisasi dengan pihak luar seperti loyalitas pelanggan, *goodwill*, relasi supplier, dan hubungan dengan masyarakat (Moon dan Kym, 2006 dalam Hariyanto dan Hermawan, 2012). *Customer capital* membahas mengenai hubungan perusahaan dengan pihak di luar perusahaan seperti pemerintah, pasar, pemasok dan pelanggan, bagaimana loyalitas pelanggan terhadap perusahaan (Putra, 2012). Sehingga dapat dikatakan bahwa CC merupakan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sehingga menghasilkan hubungan baik dengan pihak eksternal.

2. Mengukur *Intellectual Capital*

Semenjak *intellectual capital* menjadi kunci penggerak dalam memberikan peningkatan kinerja (Roos *et al.*, 2005) terdapat banyak upaya untuk membentuk pedoman umum untuk mengukur *intellectual capital* itu sendiri dan juga kemampuannya untuk mengembangkan kinerja perusahaan (Molodchick *et al.*, 2012). Terdapat beberapa kumpulan metode pengukuran *intellectual capital* yang dapat digunakan untuk mengevaluasi aset tersebut. Beberapa dari metode tersebut dibentuk oleh perusahaan tertentu untuk digunakan secara internal. Namun masih terdapat beberapa metode yang dapat digunakan secara umum.

Metode pengukuran *intellectual capital* dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu: pengukuran non monetary dan ukuran monetary. Tan *et al.* (2007) dalam Utami (2013) menyebutkan daftar ukuran *intellectual capital* yang berbasis non moneter dan moneter, sebagai berikut :

Tabel 2.1
Metode Pengukuran *intellectual capital*

Pengukuran Non monetary	Pengukuran Monetary
a. <i>The Balance Scorecard</i> oleh Kaplan dan Norton (1992)	a. <i>The EVA dan MVA model</i> (Bontis <i>et al.</i> 1999)
b. <i>Brooking's Technology Broker method</i> (1996)	b. <i>The Market-to-book Value Model</i> (beberapa penulis)
c. <i>The Skandia IC Report method</i> oleh Edvinsson dan Malone (1997)	c. <i>Tobin's Q Method</i> (Luthy, 1998)
d. <i>The IC-index</i> dikembangkan oleh Roos <i>et al.</i> (1997)	d. <i>Pulic's VAIC Model</i> (Pulic,1998,2000)
e. <i>Intangible Assets Monitor approach</i>	e. <i>Calcuolated Intangible Value</i>

oleh Sveiby (1997)	(Dzinkowski, 2000)
f. <i>The Heuristic Frame</i> dikembangkan oleh Joia (2000)	f. <i>The Knowledge Capital Earnings Model</i> (Lev dan Feng, 2001)
g. <i>Vital Sign Scorecard</i> dikembangkan oleh Vanderkaay (2000)	
h. <i>The Ernst & Young Model</i> oleh Barsky dan Marchant (2000)	

Sumber : Tan *et al.* (2007) dalam Utami (2013)

Menurut Jurczak (2008) bahwa metode pengukuran *intellectual capital* yang paling terkenal, sering digunakan dan paling mudah dalam pengaplikasiannya dibanding dengan metode pengukuran non moneter lainnya adalah *The Balance Scorecard*, *VAIC*, *Skandia's IC Navigator*, *Intellectual Capital Navigator IC-Index*, *The Technology Broker's IC Audit*, *Sveiby's The Intangible Asset Monitor (IAM)*. Sedangkan metode pengukuran moneter yang sering digunakan adalah *Economic Value Added (EVA)*, *Market-to-Book Ratio*, *Calculated Intangible Value*, *Market Value Added (MVA)*, *Tobin's Q Ratio*. Berdasarkan pendapat Jurczak (2008) metode pengukuran yang paling cocok digunakan untuk mengukur *intellectual capital efficiency* dan menghubungkannya dengan nilai dari suatu organisasi adalah *VAIC* yang dikembangkan oleh Pulic. *VAIC* memiliki detail yang lebih baik, di dalam metode tersebut terdapat penghubung antara aktivitas perusahaan, sumber daya yang digunakan dan hasil secara keuangan.

VAIC adalah sebuah prosedur analitis yang dirancang untuk memungkinkan manajemen, pemegang saham dan pemangku kepentingan lain yang terkait untuk secara efektif memonitor dan mengevaluasi efisiensi nilai tambah atau *Value*

Added (VA) dengan total sumber daya perusahaan dan masing-masing komponen sumber daya utama (Putra, 2012). VA dihitung sebagai selisih antara output dan input (Pulic, 1998), dimana output (OUT) merepresentasikan revenue yang mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual ke pasar sedangkan input (IN) mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh revenue (Tan et al, 2007 dalam Utami, 2013). Metode penelitian VAIC ini ditujukan untuk mengukur seberapa banyak nilai tambah yang diperoleh perusahaan dengan adanya efisiensi *intellectual capital* atau sumber daya intelektual yang telah dimiliki. VAIC dapat dihitung dengan menggunakan rasio berikut :

- a. *Human Capital Efficiency* (HCE), merupakan rasio dari VA terhadap HC. Hubungan dari VA dan HC mengindikasikan kemampuan modal manusia dalam membuat nilai pada sebuah perusahaan. HCE juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai tambah dari setiap rupiah yang dikeluarkan pada modal manusia.
- b. *Structural Capital Efficiency* (SCE), merupakan rasio dari SC terhadap VA. Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai (Tan et al., 2007).
- c. *Capital Employed Efficiency* (CEE), merupakan rasio dari VA terhadap CE. CEE menggambarkan nilai tambah perusahaan yang dihasilkan dari modal yang digunakan. CEE adalah kalkulasi dari kemampuan mengelola modal perusahaan.

Kemudian hasil tengah *intellectual capital efficiency* (ICE) diperoleh dengan menjumlahkan HCE dan SCE. Sehingga hasil akhir VAIC adalah jumlah dari ICE + CEE.

2.2.4 Kinerja Keuangan Perusahaan

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2001) mendefinisikan Kinerja sebagai “sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan, kemampuan kerja (tentang peralatan”. Sehingga, kinerja keuangan dapat diartikan sebagai prestasi manajemen, dalam hal ini manajemen keuangan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu menghasilkan keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan (Franciscus *et al.*, 2015). Menurut Ismawati (2007) dalam Wijaya (2012) kinerja (*performance*) menjadi satu hal yang penting bagi manajemen, karena kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Dengan mengetahui keadaan keuangan perusahaan maka perusahaan dapat menilai prestasi kerja perusahaan apakah sudah sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Sehingga perusahaan dapat melakukan koreksi dan perbaikan atas kegiatan operasionalnya

dan pada akhirnya dapat meningkatkan keunggulan bersaing dengan perusahaan lain.

Kondisi keuangan dari suatu perusahaan dapat diketahui dengan suatu tolak ukur yang biasanya dipakai, yakni: rasio-rasio keuangan, akan tetapi dengan menggunakan rasio keuangan hanya akan mengetahui besarnya angka-angka rasio saja. Oleh sebab itu dibutuhkan interpretasi dari angka-angka rasio yang telah diperolehnya serta memilih jenis-jenis rasio yang sesuai dengan tujuan analisis.

Rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset* (ROA). ROA menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Rasio ini mewakili rasio profitabilitas, yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih yang selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor.

2.2.5 Nilai Pasar Saham

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaan juga baik (Kusumadilaga, 2010). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan (*value of the firm*) berperan penting dalam memproyeksikan kinerja

perusahaan sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor dan calon investor terhadap suatu perusahaan (Mulianti, 2010 dalam Setiaji, 2011).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan *Market to Book Value* (MBV). Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Brigham, 1999). Rasio MBV mengkorelasikan *market value* dari saham perusahaan dengan *book value* saham tersebut (Gitman, 2012). Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa pasar semakin percaya akan prospek perusahaan tersebut. *Market to book value* dipilih sebagai ukuran kinerja karena menggambarkan besarnya premi yang diberikan pasar atas modal intelektual yang dimiliki perusahaan.

2.3 Hipotesis

2.3.1 *Intellectual Capital* dan Kinerja Keuangan Perusahaan

Berdasarkan *resources based theory*, perusahaan yang memiliki *intellectual capital* dapat menciptakan nilai tambah dalam memberikan keunggulan bersaing dibandingkan dengan kompetitornya, sehingga dengan adanya hal tersebut diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk maupun jasanya. Peningkatan penjualan ini tentunya juga akan berdampak pada peningkatan laba perusahaan sehingga kinerja perusahaan secara keuangan pun dapat meningkat. Banyak peneliti yang menyimpulkan bahwa *intellectual capital* memiliki peran yang penting dalam peningkatan nilai maupun kinerja keuangan perusahaan. Diantara peneliti tersebut adalah Firrer dan Williams (2003); Chen *et al.* (2005) dan Tan *et al.* (2007) yang dalam penelitiannya membuktikan bahwa *intellectual*

capital yang diukur dengan metode VAIC memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Intellectual capital* merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan keunggulan bersaing, maka *intellectual capital* akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan (Harrison dan Sullivan, 2000; Chen *et al.*, 2005; Abdolmohammadi, 2005).

Keunggulan bersaing yang diperoleh perusahaan dengan pemanfaatan *intellectual capital* yang baik dan benar akan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan produksi dan penjualan produk untuk dapat menguasai pasar. Peningkatan penjualan produk akan memberikan dampak yang sebanding pula dalam peningkatan pendapatan dan laba perusahaan. Sehingga semakin tinggi *intellectual capital* maka laba semakin meningkat, sehingga terjadi peningkatan nilai ROA. Penelitian yang dilakukan oleh Chen *et al.* (2005), Ulum dkk (2008), serta Gan dan Saleh (2008) membuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap ROA. Maka dari itu diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara VAIC dan ROA.

2.3.2 *Intellectual Capital* dan Nilai Pasar Saham

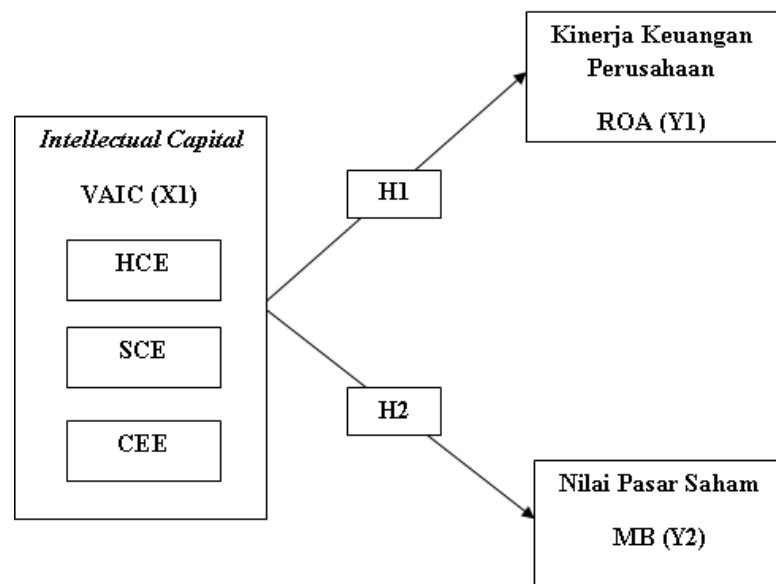
Market Value (nilai pasar) terjadi karena masuknya konsep modal intelektual yang merupakan faktor utama yang dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan (Abidin, 2000). Investor cenderung akan membayar lebih tinggi atas saham perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang tinggi dibandingkan dengan sumber daya intelektual yang rendah (Chen *et al.*, 2005).

Berdasarkan penelitian mengenai *intellectual capital* yang dilakukan oleh Chen *et al.* (2005) dengan menggunakan metode VAIC dalam pengukurannya dan data perusahaan yang terdaftar di *Taiwan Stock Exchange*, memperoleh hasil yang menunjukkan terdapat hubungan positif antara *intellectual capital* terhadap *market value* dan kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian tersebut juga disebutkan bahwa investor akan menilai lebih terhadap perusahaan yang memiliki efisiensi pada *capital employed*, *human capital*, dan *structiral capital* atau disebut sebagai *intellectual Capital*. Dengan demikian penelitian ini mencoba menganalisis hubungan komponen dari VAIC terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan MBV (*Market to Book Value*). Sehingga hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut :

H2 : Terdapat hubungan yang signifikan antara VAIC dan MBV.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, gambar berikut merupakan kerangka pemikiran penelitian ini. Kerangka pemikiran mengenai hubungan antara *intellectual capital* dan penelitian pengembangan yang merupakan variabel independen dengan nilai pasar dan kinerja keuangan perusahaan sebagai variabel dependen.



Gambar 2.1
Model Kerangka Konseptual

Keterangan :

X1 = *Intellectual capital* yang diproksikan menjadi VAIC

Y1 = Nilai pasar perusahaan yang diproksikan oleh rasio MBV

Y2 = Kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan oleh ROA.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat diuraikan bahwa *intellectual capital* yang diproksikan menjadi VAIC, memiliki pengaruh terhadap rasio MBV dan ROA. Rasio-rasio tersebut merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur

kinerja perusahaan, baik secara keuangan maupun pasar. Berdasarkan telaah pustaka yang dilakukan, rasio VAIC memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan dan nilai pasar perusahaan. Hubungan positif dimaksudkan adalah apabila terjadi peningkatan atas rasio VAIC akan menyebabkan peningkatan pada nilai profitabilitas dan pasar perusahaan.