

PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN: PERSPEKTIF *BALANCED SCORECARD*

Geta Alviani³

St. Vena Purnamasari⁴

(Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata)

ABSTRACT

This study examines the influence of Intellectual Capital (IC) on firm performance as measured by the perspective of Balanced Scorecard (BSC). BSC perspectives consists of 4: the customer (measured by retention and customer acquisition), internal business processes (measured by sales growth), learning and growth (measured by the productivity of employees) and financial (measured by ROA and ROE). This study took a sample of companies in Indonesia Stock Exchange in 2006-2009 as many as 45 companies.

The results showed Intellectual Capital (VAICTM) does not affect company performance in terms of customer perspective of BSC. Intellectual Capital (VAICTM) did not affect company performance in terms of internal business process perspective of BSC. Intellectual Capital (VAICTM) did not affect company performance in terms of learning and growth perspective of BSC. Intellectual Capital (VAICTM) does not affect the performance of the company from the financial perspective of BSC. No significant effect of Intellectual Capital (VAICTM) on performance due to the human resources that are not capitalized into an asset but is charged.

Kata Kunci : *Intellectual Capital (VAICTM), Kinerja Perusahaan, Balanced Scorecard (BSC), Perspektif Pelanggan, Perspektif Proses Bisnis Internal, Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan, Perspektif Keuangan*

I. PENDAHULUAN

Globalisasi, inovasi teknologi, dan persaingan bisnis yang ketat pada abad ini memaksa perusahaan untuk mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Agar dapat bertahan, perusahaan-perusahaan perlu merubah paradigma dari bisnis yang semula mengandalkan pada tenaga kerja menuju bisnis berdasarkan pengetahuan untuk meningkatkan kinerjanya. Dalam meningkatkan kinerja suatu perusahaan dapat dilakukan penilaian dan pengukuran, tidak hanya pada aset berwujud tetapi juga pada aset tak berwujud. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran aset tak berwujud tersebut adalah

³ Alumni Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Unika SOEGIJAPRANATA

⁴ Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Unika SOEGIJAPRANATA

Intellectual Capital (IC) yang telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai bidang, baik manajemen, teknologi informasi, sosiologi, maupun akuntansi.

Aset tidak berwujud khususnya *IC*, mengacu pada pengetahuan dan kemampuan mengetahui dari sebuah kolektifitas organisasi yang meliputi pengetahuan, ketrampilan dan kapabilitas yang memungkinkan seseorang bertindak dengan cara baru. *IC* dapat didefinisikan sebagai ilmu pengetahuan atau daya pikir yang dimiliki oleh karyawan pada suatu perusahaan yang tidak berwujud sehingga dapat memberikan nilai tambah pada perusahaan. Dengan demikian *IC* merupakan sebuah sumber daya penting serta kapabilitas untuk bertindak berdasarkan pengetahuan dan kemampuan untuk mengetahui (Setiarso, 2008:19).

Intellectual Capital adalah ilmu pengetahuan atau daya pikir yang dimiliki oleh karyawan pada suatu perusahaan yang tidak berwujud (tidak memiliki bentuk fisik) sehingga dapat memberikan nilai tambah pada perusahaan. *IC* merupakan faktor penentu keberhasilan perusahaan di persaingan global. Di Indonesia *IC* masih belum dikenal secara luas. Dalam banyak kasus, sampai dengan saat ini perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung menggunakan *conventional based* dalam membangun bisnisnya. Dalam manajemen konvensional, pencapaian visi misi organisasi sebagai institusi pencipta kekayaan diukur hanya dengan menggunakan ukuran keuangan yang bertolak pada hasil akhir yang nampak dari laporan keuangan terutama dari neraca dan laporan laba rugi yang merupakan rekaman data keuangan historis dan hasil realisasi anggaran yang merupakan refleksi dari proses operasional manajemen perusahaan.

Disamping itu perusahaan-perusahaan tersebut belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* yang merupakan elemen pembangun *IC* perusahaan (Abidin, 2000 dalam Sawarjuwono, 2003). *Human capital* menunjukkan pada nilai pengetahuan karyawan dalam menciptakan kekayaan bagi perusahaan. *Structural capital* merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan struktur perusahaan yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal. Sedangkan *customer capital* adalah hubungan organisasi orang-orang yang berbisnis dengan organisasi tersebut atau hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan mitranya.

Pengukuran yang tepat terhadap *IC* perusahaan belum dapat ditetapkan. Pengukuran dilakukan tidak secara langsung pada *IC* perusahaan, tetapi mengajukan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan (*Value Added Intellectual Coefficient – VAICTM*) yang dikembangkan oleh Pulic (1998;1999;2000). Komponen utama dari *VAICTM* dapat dilihat dari sumber daya perusahaan, yaitu *physical capital* (*VACA – value added capital employed*), *human capital* (*VAHU – value added human capital*), dan *structural capital* (*STVA – structural capital value added*).

Sistem pengelolaan kinerja juga merupakan sistem yang terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Dalam beberapa dasawarsa terakhir ini, sistem pengukuran (*measurement*) dan pengelolaan (*management*) kinerja telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini dibuktikan dengan adanya berbagai framework sistem pengukuran kinerja yang dikembangkan oleh

pakar-pakar manajemen kinerja. Salah satunya mulai berkembang *Balanced Scorecard (BSC)* yang banyak digunakan perusahaan. *BSC* adalah suatu konsep untuk mengukur apakah aktivitas-aktivitas operasional suatu perusahaan dalam skala yang lebih kecil sejalan dengan sasaran yang lebih besar dalam hal visi dan strategi. *BSC* pertama kali dikembangkan dan digunakan pada perusahaan *Analog Devices* pada tahun 1987. *BSC* membantu memberikan pandangan yang lebih menyeluruh pada suatu perusahaan yang pada gilirannya akan membantu organisasi untuk bertindak sesuai tujuan jangka panjangnya.

Metode *BSC* menjelaskan bagaimana *asset intangible* dikombinasikan dengan *asset tangible* untuk menciptakan proposisi nilai pelanggan yang berbeda dan hasil finansial yang lebih unggul (Kaplan dan Norton, 2001). Norton dan Kaplan menempatkan *BSC* sebagai alat bagi organisasi (termasuk yang berasal dari sektor publik dan non-profit) untuk mengelola kebutuhan pemegang sahamnya. Sistem manajemen strategis membantu manajer untuk berfokus pada ukuran *BSC* yang saat ini ada empat perspektif, yaitu : keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan. Proses penyusunan *BSC* biasanya dimulai dengan mengidentifikasi sasaran-sasaran strategis (*strategic objectives*) yang dianggap penting dalam keempat aspek diatas. Sasaran strategis ini disusun dengan mengacu pada kebutuhan dan tantangan perusahaan di masa mendatang.

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk membuktikan secara terperinci permasalahan pokok dalam penelitian ini, yaitu : apakah *Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM)* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pelanggan *BSC*, dari sisi perspektif proses bisnis internal *BSC*, dari sisi perspektif pembelajaran dan pertumbuhan *BSC* serta dari sisi perspektif keuangan *BSC*.

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu : untuk mengetahui pengaruh *Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM)* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pelanggan *BSC*, dari sisi perspektif proses bisnis internal *BSC*, dari sisi perspektif pembelajaran dan pertumbuhan *BSC*, dari sisi perspektif keuangan *BSC*

II. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Keberadaan dan eksistensi perusahaan di era persaingan bisnis yang semakin ketat memaksa perusahaan untuk mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Agar dapat bertahan, perusahaan-perusahaan perlu merubah paradigma dari bisnis yang semula mengandalkan pada tenaga kerja menuju bisnis berdasarkan pengetahuan untuk meningkatkan kinerjanya (Suarjuwono, 2003). Pengetahuan ini harus dimiliki oleh setiap karyawan agar kreatifitasnya tetap terjaga dan lebih baik. Ilmu pengetahuan atau daya pikir yang dimiliki oleh karyawan pada suatu perusahaan sehingga memberikan nilai tambah pada perusahaan disebut sebagai *Intellectual Capital (IC)*. Elemen pembangun *IC* perusahaan (Abidin, 2000 dalam Sawarjuwono, 2003) yaitu : *human capital*, *structural capital* dan *customer capital*.

Human capital menunjuk pada nilai pengetahuan karyawan dalam menciptakan kekayaan bagi perusahaan. *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. *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, budaya perusahaan, dan strategi bisnis perusahaan.

Sedangkan *customer capital* adalah hubungan organisasi orang-orang yang berbisnis dengan organisasi tersebut. Elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Customer 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 merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Customer capital* dapat muncul dari berbagai bagian di luar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

Pengetahuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia yaitu karyawan, dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Balanced Scorecard (BSC)* yaitu dari sisi keuangan dan non keuangan. Dari sisi keuangan dapat dilihat dari peningkatan laba tiap tahun. Sebagian besar perusahaan yang sudah *go public* berada diposisi *sustain* atau bertahan. Hal ini dapat diketahui karena perusahaan-perusahaan tersebut masih melakukan investasi. Sasaran keuangan pada tahap bertahan ini lebih menekankan pada ukuran profitabilitas, yaitu : *ROA* dan *ROE*.

Dari sisi non keuangan dapat diukur dengan BSC yang terdiri dari perspektif : *customer*, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan. Dalam perspektif pelanggan BSC, perusahaan melakukan identifikasi pelanggan dan segmen pasar yang akan dimasuki. Pada perspektif proses bisnis internal, para manajer melakukan identifikasi berbagai proses yang sangat penting untuk mencapai tujuan pelanggan dan pemegang saham. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan bertujuan untuk mendorong perusahaan menjadi organisasi yang sedang belajar (*learning organization*) sekaligus mendorong pertumbuhannya di mana proses belajar dan bertumbuh organisasi bersumber dari tiga prinsip yaitu *people*, *system* dan *organizational procedure* (Lasdi : 2002). Setiap perusahaan menginginkan adanya kinerja perusahaan yang baik karena dari kinerja tersebut perusahaan mampu menarik investor dan mempertahankan pelanggannya.

2.1 Intellectual Capital (IC) dan kinerja perusahaan dari sisi perspektif pelanggan

Harrison dan Sullivan (2000) dalam Anatan (2004) mengemukakan bahwa kesuksesan perusahaan sangat dipengaruhi oleh usaha-usaha rutin perusahaan untuk memaksimalkan nilai-nilai organisasi yang berbeda-beda seperti

peningkatan keuntungan akuisisi inovasi dari perusahaan lain, loyalitas konsumen, pengurangan biaya dan perbaikan produktivitas.

Perspektif pelanggan adalah sumber dari komponen pendapatan untuk tujuan keuangan. Perspektif ini dianggap penting dewasa ini, mengingat semakin ketatnya pertarungan mempertahankan para pelanggan lama dan merebut para pelanggan baru, dalam perspektif ini perusahaan menentukan dan menyeleksi terlebih dahulu pelanggan dan segmen pasar yang dipilih untuk bersaing. Dalam perspektif pelanggan menggunakan ukuran berapa “nilai” yang diberikan kepada pelanggan dilihat dari segi waktu, kualitas, performansi dan layanan, dan biaya.

Perusahaan harus menentukan segmen calon pelanggan mana yang harus dimasuki oleh perusahaan, sehingga akan lebih jelas dan lebih terfokus tolok ukurnya. Dengan demikian *IC* yang dimiliki oleh karyawan dalam menciptakan nilai akan memberikan hubungan yang harmonis dengan para pelanggan.

H1 : *Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM)* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pelanggan

2.2 *Intellectual Capital (IC)* dan kinerja perusahaan dari sisi perspektif proses bisnis internal

Kooistra dan Zijlstra (2001) menjelaskan *IC* sebagai *intellectual material* yang telah diformalkan, diperoleh dan dimanfaatkan untuk menghasilkan aset yang bernilai lebih tinggi. Mouritsen (1998) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai suatu proses pengelolaan teknologi yang mengkhususkan untuk menghitung prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam perspektif proses bisnis internal, para eksekutif mengidentifikasi berbagai proses internal penting yang harus dikuasai dengan baik oleh perusahaan (Isniar Budiarti). Proses ini memungkinkan unit bisnis untuk memenuhi harapan keuntungan finansial yang tinggi bagi para pemegang saham. Perspektif proses bisnis internal merujuk pada proses operasional mulai dari inovasi, operasi sampai ke layanan purna jual yang dijalankan perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang berkualitas tinggi.

Dalam proses ini juga dipetakan mata rantai dari keseluruhan proses internal perusahaan yang semuanya harus dikelola secara sempurna. Dengan adanya pengetahuan yang dimiliki karyawan, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan menambah aset bagi perusahaan.

H2 : *Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM)* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif proses bisnis internal

2.3 *Intellectual Capital (IC)* dan kinerja perusahaan dari sisi perspektif pembelajaran dan pertumbuhan

Stewart (1997) menjelaskan bahwa *IC* sebagai materi intelektual yaitu pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual dan pengalaman yang digunakan untuk menciptakan kesejahteraan. *IC* merupakan ilmu pengetahuan atau daya pikir yang dimiliki oleh karyawan pada suatu perusahaan yang tidak berwujud (tidak memiliki bentuk fisik) sehingga memberikan nilai tambah pada perusahaan.

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan ada tiga faktor penting yang harus selalu diperhatikan yaitu kapabilitas pekerja, kemampuan sistem informasi dan motivasi, serta pemberdayaan dan keselarasan (Kaplan dan Norton 2000 : 10). Salah satu ukuran kapabilitas pekerja yaitu retensi pekerja. Tujuan retensi pekerja adalah untuk mempertahankan selama mungkin para pekerja yang diminati perusahaan.

Teori yang menjelaskan ukuran ini adalah bahwa perusahaan membuat investasi jangka panjang dalam diri para pekerja sehingga setiap kali ada pekerja berhenti yang bukan atas keinginan perusahaan merupakan suatu kerugian modal intelektual bagi perusahaan. Para pekerja yang bekerja dalam jangka yang lama dan loyal membawa nilai perusahaan, pengetahuan tentang berbagai proses organisasional dan diharapkan sensitivitasnya terhadap kebutuhan para pelanggan.

H3 : Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pembelajaran dan pertumbuhan

2.4 Intellectual Capital (IC) dan kinerja perusahaan dari sisi perspektif keuangan

Firer dan Williams (2003), Chen *et al.* (2005) dan Tan *et al.* (2007) telah membuktikan bahwa IC (VAICTM) mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Menurut Kasmir (2005:263) untuk mengetahui kondisi suatu perusahaan maka dapat dilihat laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan secara periodik.

Tujuan finansial mungkin berbeda untuk setiap tahap siklus hidup bisnis. Teori strategi bisnis menawarkan beberapa strategi yang berbeda yang dapat diikuti oleh unit bisnis. Ada tiga tahap siklus hidup bisnis yaitu *growth*, *sustain*, dan *harvest*. Sebagian besar perusahaan yang sudah *go public* berada diposisi *sustain* atau bertahan. Hal ini dapat diketahui karena perusahaan-perusahaan tersebut masih melakukan investasi. Sasaran keuangan pada tahap bertahan ini lebih menekankan pada ukuran profitabilitas *ROA* dan *ROE*.

Pemilihan *ROA* sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan merupakan perbandingan antara laba dengan jumlah harta perusahaan dan menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Pemilihan *ROE* sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan merupakan kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan. Kemampuan karyawan dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan dengan melihat kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan. Kenaikan dalam rasio ini berarti terjadi kenaikan laba bersih yang akan menyebabkan kenaikan harga saham.

H4 : Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif keuangan

III. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan *go public* yang melaporkan annual report dan laporan keuangannya secara konsisten di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006-2009 sebanyak 179 perusahaan. Dalam penelitian ini metode penyampelan yaitu dengan *purposive sampling* artinya dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu yang telah ditentukan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : profil perusahaan dan laporan keuangan periode tahun 2006-2009 yang dapat diperoleh di Pojok BEI atau dapat diakses Website BEI (www.idx.co.id).

3.2 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Intellectual capital (IC)_{t-1}*. Pengukuran terhadap *IC* tidak dilakukan secara langsung pada *IC*, tetapi mengajukan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan. *IC* diproksikan menjadi *VAICTM* (*Value Added Intellectual Coefficient^{Technologi Model}*) yang dikembangkan oleh Pulic (1998;1999;2000). Komponen utama dari *VAICTM* dapat dilihat dari sumber daya perusahaan, yaitu *physical capital (VACA – value added capital employed)*, *human capital (VAHU – value added human capital)*, dan *structural capital (STVA – structural capital value added)*. Formulasi penghitungan sebagai berikut:

- *VA* = Value Added / Nilai Tambah
- *OUT* = Pendapatan (seluruh produk dan jasa yang dijual)
- *IN* = Jumlah Beban (kecuali beban karyawan, yaitu gaji karyawan)

$$VA = OUT - IN$$

- *CE* = Jumlah Ekuitas
- *HC* = Beban Gaji Karyawan
- *SC* = *VA* – *HC*

VACA : Rasio dari *VA* terhadap *CE*, rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari *CE* terhadap *value added* organisasi.

$$VACA = \frac{VA}{CE}$$

VAHU : Rasio dari *VA* terhadap *HC*, rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam *HC* terhadap *value added* organisasi

$$VAHU = \frac{VA}{HC}$$

STVA : Rasio dari SC terhadap VA, rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai.

$$STVA = \frac{SC}{VA}$$

Rasio- rasio tersebut merupakan kalkulasi kemampuan intelektual sebuah perusahaan. Hasilnya sebuah indikator baru yaitu :

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

3.3 Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan dari perspektif *BSC* yang ditunjukkan dalam laporan keuangannya.

Perspektif Pelanggan. Dalam perspektif pelanggan *BSC*, perusahaan melakukan identifikasi pelanggan dan segmen pasar yang akan dimasuki. Perspektif ini dianggap penting dewasa ini, mengingat semakin ketatnya pertarungan mempertahankan para pelanggan lama dan merebut para pelanggan baru.

- Retensi pelanggan yaitu membandingkan jumlah pelanggan lama pada suatu periode dengan total pelanggan (Kaplan, Norton : 1996 dalam Teuku Mirza : 1997).

$$\text{Retensi pelanggan} = \frac{\text{Pelanggan lama}}{\text{Total pelanggan}}$$

- Akuisisi pelanggan merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam mendapatkan pelanggan. Dan untuk mengetahui besarnya presentase jumlah bertambahnya pelanggan baru.

$$\text{Akuisisi pelanggan} = \frac{\text{Pelanggan baru}}{\text{Total pelanggan}}$$

3.4 Perspektif Proses Bisnis Internal. Pada perspektif ini, para manajer melakukan identifikasi berbagai proses yang sangat penting untuk mencapai tujuan pelanggan dan pemegang saham. Ukuran dalam penelitian ini menggunakan ukuran proses inovasi dengan tolak ukur yang digunakan yaitu dengan melihat pertumbuhan penjualan produk baru.

$$\text{Pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}}$$

3.5 Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan. Perspektif ini bertujuan untuk mendorong perusahaan menjadi organisasi yang sedang belajar (*learning organization*) sekaligus mendorong pertumbuhannya. Ukuran dalam penelitian ini menggunakan ukuran produktivitas karyawan (Kaplan, Norton : 113) yaitu dengan menghitung pendapatan pada satu periode yang dihasilkan oleh karyawan di periode yang sama. Dengan semakin efektifnya pekerja dalam menjual lebih banyak produk dan jasa dengan nilai tambah yang meningkat, pendapatan per pekerja seharusnya juga meningkat.

$$\text{Produktivitas karyawan} = \frac{\text{Laba tahun}_i}{\text{Total karyawan tahun}_i}$$

3.6 Perspektif Kinerja Keuangan. Perusahaan yang berada diposisi *sustain* atau bertahan yaitu perusahaan-perusahaan tersebut masih melakukan investasi. Sasaran keuangan pada tahap bertahan ini lebih menekankan pada ukuran profitabilitas yang merupakan rasio yang menunjukkan hasil akhir dari suatu kebijakan dan keputusan-keputusan operasional perusahaan (Riyanto, 2001:331). Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada berbagai tingkat operasi. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *Return on Asset (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)*.

Return on Asset/ROA. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset yang digunakan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

3.7 Return on Equity/ROE. ROE merupakan kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan. Rasio ini berguna untuk mengetahui besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.8 Teknik Analisis Data

Uji hipotesis dilakukan dengan cara uji signifikansi (pengaruh nyata) variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). adapun model regresi ini ditunjukkan dalam persamaan :

$$PP = \alpha_1 + \beta_1 VAIC$$

$$PIB = \alpha_2 + \beta_2 VAIC$$

$$PPP = \alpha_3 + \beta_3 VAIC$$

$$PK = \alpha_4 + \beta_4 VAIC$$

Hipotesis dapat dinyatakan dalam bentuk H_0 atau H_a . H_0 menyatakan tidak berbeda, sedangkan H_a menyatakan berbeda.

- a. $H_{01} : \beta_1 = 0$
 $H_{01} = \text{Value Added Intellectual Coefficient (VAIC}^{TM})$ tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pelanggan
 $H_{a1} : \beta_1 \neq 0$
 $H_{a1} = \text{Value Added Intellectual Coefficient (VAIC}^{TM})$ berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pelanggan
- b. $H_{02} : \beta_2 = 0$
 $H_{02} = \text{Value Added Intellectual Coefficient (VAIC}^{TM})$ tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif proses bisnis internal
 $H_{a2} : \beta_2 \neq 0$
 $H_{a2} = \text{Value Added Intellectual Coefficient (VAIC}^{TM})$ berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif proses bisnis internal
- c. $H_{03} : \beta_3 = 0$
 $H_{03} = \text{Value Added Intellectual Coefficient (VAIC}^{TM})$ tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pembelajaran dan pertumbuhan
 $H_{a3} : \beta_3 \neq 0$
 $H_{a3} = \text{Value Added Intellectual Coefficient (VAIC}^{TM})$ berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.
- d. $H_{04} : \beta_4 = 0$
 $H_{04} = \text{Value Added Intellectual Coefficient (VAIC}^{TM})$ tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif keuangan
 $H_{a4} : \beta_4 \neq 0$
 $H_{a4} = \text{Value Added Intellectual Coefficient (VAIC}^{TM})$ berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif keuangan

Pengujian penelitian ini adalah pengujian parametrik yang berisi nilai kuantitatif dan pengujiannya menggunakan nilai dari data, sehingga pengujian ini diterapkan dengan skala rasio. Skala rasio adalah skala interval dan memiliki nilai dasar yang tidak dapat dirubah (Ghozali;2005). Pengujian yang dilakukan yaitu uji pengaruh dengan alat analisis regresi sederhana.

Alat analisis untuk menguji sampel yang ada digunakan uji regresi sederhana. Model regresi ini dilakukan untuk memastikan bahwa model penelitian yang telah dirumuskan dapat diterapkan dalam penelitian ini. Analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui nilai rata-rata dan arah hubungan variabel bebas yaitu *IC* terhadap kinerja perusahaan.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas. Uji normalitas yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan grafik dan melihat besaran kolmogrov-smirnov dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$. Jika hasil uji gejala normal lebih besar dari 5% maka data terdistribusi normal.

Uji Autokorelasi. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode kesalahan $t-1$. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas autokorelasi. Uji yang dilakukan adalah Durbin-Watson, uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Syarat tidak ada autokorelasi yaitu du (batas bawah) lebih kecil DW lebih kecil dari $4-du$ atau $du < DW < 4 - du$.

Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas berarti varian residual yang tidak sama pada suatu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastik dilakukan dengan uji Glejser yaitu untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gujarati, 2003). Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi heteroskedastisitas

Uji Multikolonieritas. Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Untuk menguji ada tidaknya gejala multikolonieritas digunakan *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolonieritas dan sebaliknya. Atau jika nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolonieritas (Ghozali ; 2005).

3.10 Kriteria Penerimaan Hipotesis.

H1 = *Value Added Intellectual Coefficient* ($VAIC^{TM}$) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pelanggan

Kriteria H1 = $\beta_1 \neq 0$

Sig $\beta_1 < \alpha = (5\%)$

H2 = *Value Added Intellectual Coefficient* ($VAIC^{TM}$) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif proses bisnis internal

Kriteria H2 = $\beta_2 \neq 0$

Sig $\beta_2 < \alpha = (5\%)$

H3 = *Value Added Intellectual Coefficient* ($VAIC^{TM}$) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.

Kriteria H3 = $\beta_3 \neq 0$

Sig $\beta_3 < \alpha = (5\%)$

H4 = *Value Added Intellectual Coefficient* ($VAIC^{TM}$) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari sisi perspektif keuangan.

Kriteria H4 = $\beta_4 \neq 0$

Sig $\beta_4 < \alpha = (5\%)$.

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Dalam pendahuluan bab ini akan dideskripsikan mengenai data-data yang terdapat dalam variabel penelitian ini. Sampel penelitian adalah 45 perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2006 hingga 2009, masing-masing tahun 2006 sebanyak 10 perusahaan, tahun 2007 sebanyak 11 perusahaan, tahun 2008 sebanyak 10 perusahaan dan tahun 2009 sebanyak 14 perusahaan

Seperti yang telah dinyatakan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel modal intelektual (*Intellectual Capital*) atau *VAIC* terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan menggunakan konsep *BSC* (*Balanced Scorecard*) yaitu kinerja dari Perspektif Pelanggan, Perspektif Proses Bisnis Internal, Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan, serta Perspektif Keuangan. Variabel *VAIC* dalam penelitian ini diproksi dengan 3 ukuran yaitu *physical capital* (*VACA*), *human capital* (*VAHU*) dan *structural capital* (*STVA*). Sebelum pengujian hipotesis, terlebih dahulu diuraikan gambaran sebaran nilai dari masing-masing variabel.

Perspektif pelanggan diukur dengan menggunakan 2 ukuran yaitu retensi pelanggan dan akuisisi pelanggan, Perspektif Keuangan diukur dengan menggunakan 2 ukuran yaitu *ROA* dan *ROE*. Perspektif Bisnis Internal diukur dengan menggunakan 1 ukuran dan Perspektif Pembelajaran menggunakan 1 ukuran. Hasil akhir dari pemilihan sampel penelitian ini didapatkan 45 perusahaan yang memiliki data lengkap.

Salah satu ukuran modal intelektual adalah *physical capital* (*VACA*). Rata-rata *VACA* dari perusahaan sampel selama tahun 2006 hingga 2009 diperoleh sebesar 70,7262. Angka tersebut mencerminkan bahwa rata-rata perusahaan memiliki kemampuan untuk mendapatkan pendapatan dari penjualan yang sudah dikurangi dengan beban perusahaan selain beban karyawan hingga 70,7262 kali. Perolehan pendapatan minus beban karyawan yang tinggi memungkinkan perusahaan akan mendapatkan laba yang lebih besar. Hal ini menunjukkan pula bahwa jika beban biaya SDM atau beban karyawan tidak diperhitungkan sebagai pengurang pendapatan yang diperoleh perusahaan maka perusahaan rata-rata mampu mendapatkan pendapatan hingga 70,7262 kali dari modal sendiri yang digunakan perusahaan. Nilai *VACA* terkecil adalah sebesar 0,0494 dan nilai *VACA* tertinggi adalah 3082,20.

Ukuran modal intelektual lain adalah *human capital* (*VAHU*). Rata-rata *VAHU* dari perusahaan sampel selama tahun 2006 hingga 2009 diperoleh sebesar 993,8805. Hal ini berarti bahwa selisih antara penjualan dan beban non karyawan terhadap beban karyawan yang cukup besar yaitu mencapai 993,8805 kali. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan penjualan yang cukup besar dibanding dengan beban karyawannya. Dengan kata lain beban perusahaan yang dialokasikan oleh perusahaan dalam mendapatkan nilai tambah investasi adalah relative kecil yaitu rata-rata hanya sekitar 1 per 997,8805 atau dengan kata lain setiap rupiah biaya gaji karyawan yang dikeluarkan akan dapat menciptakan 993,8805 rupiah pendapatan. Nilai *VAHU* terkecil adalah sebesar 1,0327 dan nilai *VAHU* tertinggi adalah 44221,00. Selisih yang sangat besar dari nilai *VAHU* pada perusahaan sampel menunjukkan adanya variasi sampel yang sangat besar berkaitan dengan nilai yang diperoleh dari pendapatan minus beban non karyawan terhadap beban karyawan tersebut.

Ukuran modal intelektual lain adalah *structural capital* (*STVA*). Rata-rata *STVA* dari perusahaan sampel selama tahun 2006 hingga 2009 diperoleh sebesar 0,7114. Nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan perusahaan yang sudah dipotong dengan biaya atau beban gaji karyawan mencapai 71,14% dari nilai tambah atau pendapatan yang belum dipotong oleh biaya karyawan

sebelumnya. Hal ini berarti bahwa pengeluaran untuk biaya gaji karyawan masih merupakan proporsi yang kurang dari 30% dari pendapatan yang diperoleh perusahaan. Hal ini berarti bahwa beban untuk tenaga kerja yang dikeluarkan oleh perusahaan sampel masih relative kecil yaitu 0,7114. Nilai *STVA* terkecil adalah sebesar 0,0316 yang menunjukkan beban yang lebih besar yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dan nilai *STVA* tertinggi adalah 1,00.

Pengukuran sebuah variable yang diukur dengan lebih dari 1 variabel dapat dilakukan dengan menggunakan variable komposit. Pengujian variable komposit pada prinsipnya dilakukan untuk mendapatkan satu nilai yang berasal dari beberapa ukuran variable yang berbeda sehingga memiliki nilai bobot tertentu. Cara meng-kompositkan variable-variabel dapat dilakukan dengan menggunakan analisis factor. Dalam penelitian ini nama variable baru yang dibentuk Perspektif Pelanggan untuk variable akuisisi pelanggan dan retensi pelanggan dan Perspektif Keuangan untuk komposit dari variable ROA dan ROE. Nilai-nilai komposit variabel dalam hal ini disimpan dalam variable tersebut dalam bentuk nilai *standardized* yaitu nilai hasil perbandingan dengan rata-rata dan standar deviasi dari nilai masing-masing variable.

Untuk mendapatkan nilai dari variable pelanggan dan keuangan, maka terlebih dahulu dikomposit dengan menggunakan analisis factor. Hal ini dikarenakan ukuran dari masing-masing variable memiliki karakteristik dan ukuran yang berbeda. sehingga masing-masing factor memiliki bobot yang berbeda. Dalam perhitungan analisis factor data komposit yang diperoleh bersifat *standardized* sehingga memiliki nilai rata-rata 0 dan *standard deviasi* 1.

Variabel Perspektif Pelanggan diukur dengan menggunakan dua buah ukuran yaitu retensi pelanggan dan akuisisi pelanggan. Untuk mendapatkan ukuran komposit dari variable perspektif pelanggan juga dilakukan analisis factor untuk mendapatkan score factor komposit. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui mean dari Perspektif Pelanggan sebesar 0,0000. Nilai minimum Perspektif pelanggan sebesar -0,4636 dan nilai tertinggi 6,3572. Diketahui mean dari Perspektif Keuangan sebesar 0,0000. Nilai minimum Perspektif keuangan sebesar -0,5011 dan nilai tertinggi 5,8559.

Perspektif proses bisnis internal diukur dengan menggunakan pertumbuhan penjualan menunjukkan rata-rata sebesar 0,2764. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan yang dialami perusahaan sampel mencapai 27,64%. Nilai terendah adalah sebesar 0,0104 dan nilai tertinggi mencapai 0,9834.

Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan menunjukkan rata-rata sebesar 18,3681. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata setiap karyawan dapat menunjang profitabilitas hingga sebesar 18,3681 juta rupiah. Nilai Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan terkecil diperoleh sebesar 11,8868 dan nilai Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan terbesar adalah sebesar 24,4979.

4.2 Hasil Analisis

4.2.1 Pengaruh VAIC terhadap Kinerja Perspektif Pelanggan

Hasil pengujian normalitas menunjukkan pola yang tidak jauh dari garis diagonal. Selain itu nilai signifikansi pengujian diperoleh sebesar 0,544 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa residual model 1 berdistribusi normal.

Hasil uji autokorelasi diperoleh sebesar 1,824. Sedangkan nilai du dari tabel diperoleh sebesar 1,52. Dengan demikian nilai DW tersebut berada diantara du dan $4 - du$ yang berarti tidak ada masalah autokorelasi.

Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

Dengan tidak adanya penyimpangan terhadap asumsi klasik, maka hasil persamaan regresi dapat diinterpretasikan.

Model tersebut dapat ditulis sebagai berikut : $PP = -0,177 - 0,003 VAIC$

Koefisien regresi variabel VAIC diperoleh sebesar -0,003 dengan arah negatif. Hal ini berarti bahwa kenaikan VAIC atau modal intelektual akan berpotensi menurunkan Kinerja Perspektif Pelanggan. Pengujian pengaruh VAIC terhadap Kinerja Perspektif Pelanggan diuji dengan nilai t yang diperoleh sebesar -1,279 dengan signifikansi sebesar 0,209. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa VAIC tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Perspektif Pelanggan. Hal ini berarti Hipotesis 1 ditolak.

Hasil pengujian mendapatkan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dari sisi perspektif pelanggan pada 1 tahun ke depan. Hasil ini memberikan kesan bahwa perusahaan yang memiliki *Intellectual Capital* tinggi tidak mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan lama (retensi pelanggan) dan menambah jumlah pelanggan baru (akuisisi pelanggan). Pelanggan adalah orang di luar perusahaan, sehingga informasi mengenai apa yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya investasi perusahaan tidak langsung dapat diperoleh konsumen. Selain itu perusahaan sampel juga belum mengkapitalisasi karyawannya sebagai aset. Akibatnya timbul indikasi penggunaan aktiva fisik dan keuangan yang masih mendominasi untuk memberi kontribusi pada kinerja perusahaan.

4.2.2 Pengaruh VAIC terhadap Kinerja Perspektif Bisnis Internal

Hasil pengujian normalitas menunjukkan pola yang tidak jauh dari garis diagonal. Selain itu nilai signifikansi pengujian diperoleh sebesar 0,957 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa residual model 2 berdistribusi normal.

Hasil uji autokorelasi diperoleh sebesar 2,111. Sedangkan nilai du dari tabel diperoleh sebesar 1,52. Dengan demikian nilai DW tersebut berada diantara du dan $4 - du$ yang berarti tidak ada masalah autokorelasi.

Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

Dengan tidak adanya penyimpangan terhadap asumsi klasik, maka hasil persamaan regresi dapat diinterpretasikan.

Model tersebut dapat ditulis sebagai berikut : $PPIB = 0,197 - 0,316 VAIC$

Koefisien regresi variabel VAIC diperoleh sebesar -0,316 dengan arah negatif. Hal ini berarti bahwa kenaikan VAIC atau modal intelektual akan berpotensi menurunkan Kinerja Perspektif Bisnis Internal. Pengujian pengaruh VAIC terhadap Kinerja Perspektif Bisnis Internal diuji dengan nilai t yang diperoleh sebesar -2,151, t hitung menunjukkan angka negatif. Hal ini berarti bahwa VAIC

tidak memiliki pengaruh terhadap Kinerja Perspektif Bisnis Internal, berarti Hipotesis 2 ditolak.

Hasil pengujian mendapatkan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh terhadap kinerja dari perspektif bisnis internal pada 1 tahun ke depan. Perspektif Bisnis Internal diukur menggunakan pertumbuhan penjualan produk tiap tahunnya. Hasil ini memberikan kesan bahwa perusahaan yang memiliki *Intellectual Capital* tinggi ternyata masih belum memberikan dampak bagi peningkatan penjualan produk perusahaan.

4.2.3 Pengaruh VAIC terhadap Kinerja Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Hasil pengujian normalitas menunjukkan pola yang tidak jauh dari garis diagonal. Selain itu nilai signifikansi pengujian diperoleh sebesar 0,995 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa residual model 3 berdistribusi normal.

Hasil uji autokorelasi diperoleh sebesar 2,097. Sedangkan nilai *du* dari tabel diperoleh sebesar 1,52. Dengan demikian nilai DW tersebut berada diantara *du* dan 4 – *du* yang berarti tidak ada masalah autokorelasi.

Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

Dengan tidak adanya penyimpangan terhadap asumsi klasik, maka hasil persamaan regresi dapat diinterpretasikan.

Model tersebut dapat ditulis sebagai berikut : $PPP = 18,358 - 0,872 \text{ VAIC}$

Koefisien regresi variabel VAIC diperoleh sebesar -0,872 dengan arah negatif. Hal ini berarti bahwa kenaikan VAIC atau modal intelektual akan berpotensi menurunkan Kinerja Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan. Pengujian pengaruh VAIC terhadap Kinerja Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan diuji dengan nilai *t* yang diperoleh sebesar -1,834, *t* hitung menunjukkan angka negatif. Hal ini berarti bahwa VAIC tidak memiliki pengaruh terhadap Kinerja Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan, berarti Hipotesis 3 ditolak.

Hasil pengujian mendapatkan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan pada 1 tahun ke depan. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan diukur menggunakan produktifitas karyawan, yaitu kemampuan karyawan untuk menghasilkan laba bagi perusahaan. Hasil ini memberikan kesan bahwa perusahaan yang memiliki *Intellectual Capital* tinggi ternyata masih belum memberikan dampak bagi peningkatan kemampuan teknis karyawan dalam menjalankan operasional perusahaan.

4.2.4 Pengaruh VAIC terhadap Kinerja Perspektif Keuangan

Hasil pengujian normalitas menunjukkan pola yang tidak jauh dari garis diagonal. Selain itu nilai signifikansi pengujian diperoleh sebesar 0,493 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa residual model 4 berdistribusi normal.

Hasil uji autokorelasi diperoleh sebesar 1,876. Sedangkan nilai *du* dari tabel diperoleh sebesar 1,52. Dengan demikian nilai DW tersebut berada diantara *du* dan 4 – *du* yang berarti tidak ada masalah autokorelasi.

Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut

Dengan tidak adanya penyimpangan terhadap asumsi klasik, maka hasil persamaan regresi dapat diinterpretasikan.

Model tersebut dapat ditulis sebagai berikut : $PK = -0,254 + 0,285 VAIC$

Koefisien regresi variabel VAIC diperoleh sebesar 0,285 dengan arah positif. Hal ini berarti bahwa kenaikan VAIC atau modal intelektual akan berpotensi meningkatkan Kinerja Perspektif Keuangan. Pengujian pengaruh VAIC terhadap Kinerja Perspektif Keuangan Pertumbuhan diuji dengan nilai t yang diperoleh sebesar 1,558 dengan signifikansi sebesar 0,129. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 maupun 0,10. Hal ini berarti bahwa VAIC tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Perspektif Keuangan.

Hasil pengujian mendapatkan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dari perspektif keuangan pada 1 tahun ke depan. Perspektif keuangan dalam penelitian ini diukur menggunakan ROA dan ROE. Hasil ini memberikan kesan bahwa perusahaan yang memiliki *Intellectual Capital* tinggi ternyata masih belum memberikan dampak bagi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, baik dari setiap satu rupiah aset yang digunakan maupun dari modal sendiri.

Penolakan terhadap H1, H2, H3 dan H4 dikarenakan perusahaan sampel tidak mengkapitalisasi karyawan menjadi aset. Ukuran *Intellectual Capital* menggunakan pendapatan dan beban pada tahun sebelumnya, sehingga tidak dapat digunakan untuk mengukur kinerja ditahun yang akan datang karena pendapatan dan beban bersifat periodik. Modal intelektual yaitu pengetahuan para karyawan telah menjadi aset yang sangat bernilai dalam dunia bisnis modern, namun perusahaan tidak mengidentifikasi, mengukur dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Konteks perusahaan di Indonesia belum secara maksimal mengelola dan mengembangkan kekayaan intelektualnya untuk memenangkan kompetensi (*competitive advantage*). Perusahaan masih lebih banyak terfokus pada kepentingan jangka pendek, yaitu meningkatkan return keuangan

V. KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, selanjutnya dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan 1 tahun ke depan yang diukur dengan Perspektif Pelanggan.
2. *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja 1 tahun ke depan yang diukur dengan Perspektif Bisnis Internal.
3. *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja 1 tahun ke depan yang diukur dengan Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan.
4. *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan 1 tahun ke depan yang diukur dengan Perspektif Keuangan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka akan diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi akademisi *Intellectual Capital* dapat memberikan nilai tambah dalam upaya untuk meningkatkan kualitas pengajaran sehingga menambah mutu lulusan sebagai pekerja intelektual yang siap pakai sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Bagi perusahaan diperlukan pemberian informasi kepada masyarakat akan alokasi sumber daya intelektual oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan produk, sehingga dapat memberikan penilaian yang lebih baik pada masyarakat atas produk perusahaan.

5.3 Keterbatasan dan Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, selanjutnya dapat diperoleh keterbatasan penelitian yaitu : Ukuran *Intellectual Capital* menggunakan pendapatan dan beban tahun_{t-1} yang tidak dapat digunakan untuk mengukur kinerja ditahun_t, karena pendapatan dan beban bersifat periodik, maka penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji pengaruh *IC* terhadap kinerja perusahaan dengan menggunakan ukuran yang berbeda jika akan menggunakan perusahaan yang belum mengkapitalisasi aset atau sebaliknya yaitu menggunakan ukuran yang sama namun dengan perusahaan yang sudah mengkapitalisasi aset.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, Lina. 2004. *Modal Intelektual dan Kinerja Perusahaan : Sebuah Review Aplikasi Manajemen Modal Intelektual dalam Era Manufaktur*. Telaah Bisnis, Vol.5, No.2.
- Astuti, Partiwidi Dwi dan Arifin Sabeni. 2005. *Hubungan Intellectual Capital dan Business Performance dengan Diamond Specification : Sebuah Perspektif Akuntansi*. SNA VIII.
- Chen, Ming-chin, Shu-Ju Cheng, and Yuhchang Hwang. 2005. *An Empirical Investigation of the Relationship Between Intellectual Capital and Firms' Market Value and Financial Performance*. Journal Of Intellectual Capital, Vol. 6, No. 2, pp.159-176.
- Firer, Steven dan S. Mitchell Williams. 2003. *Intellectual Capital and Traditional Measures of Corporate Performance*. Journal of Intellectual Capital. Vol. 4, No. 3, pp. 348-360.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Hidayat. 2000. *Peranan Strategis Modal Intelektual dalam Persaingan Bisnis di Era Jasa*. Ekuitas, Vol.5, No.3.
- Jogiyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta : BPFE.
- Kaplan, Robert S. dan David P. Norton. 2000. *Balance Scorecard*. Jakarta : Erlangga.
- Kuryanto, Benny dan Muchamad Syafruddin. 2008. *Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan*. SNA XI.

- Mulyadi (2001). *Balanced scorecard: alat manajemen kontemporer untuk pelipatganda kinerja keuangan perusahaan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Pulic, A. 1998. "Measuring the Performance of Intellectual Potential in Knowledge Economy". Paper Presented at the 2nd McMaster word Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital by the Austrian Team for Intellectual Potential.
- Purnomosidhi, Bambang. 2006. *Praktik Pengungkapan Modal Intelektual Perusahaan Publik di BEJ*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, No.1, 1-20.
- _____. 1999. "Basic Information on VAICTM". Available online at: www.vaic-on.net.
- Sangkala. 2006. *Intellectual Capital Management*. Jakarta : Yapensi.
- Sawarjuwono, Tjiptohadi dan Augustine Prihatin Kadir. 2003. *Intellectual Capital : Perlakuan, Pengukuran dan Pelaporan (Sebuah Library Research)*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol.5, No.1, 35-57.
- Soengchan, Sarayuth. 2008. *The Role of Intellectual Capital in Creating Value in the Banking Industry*.
- Ulum, Ihyaul, Imam Ghozali, dan Anis Chariri. 2008. *Intellectual Capital dan Kinerja Keuangan Perusahaan; Suatu Analisis dengan Pendekatan Partial Least Squares*. SNA XI
- Widjanarko, Indra. 2006. *Perbandingan Penerapan Intellectual Capital Report antara Denmark, Sweden dan Austria : Studi Kasus Systematic, Sentensia Q dan OeNB*. Skripsi UII.
- www.idx.co.id