BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Landasan Teori

*2.1.11.1.1 Resources Based Theory (*RTB)

Resource-Based Theory adalah suatu pemikiran yang berkembang dalam teori manajemen strategik dan keunggulan kompetitif perusahaan yang meyakini bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila memiliki sumber daya yang unggul (Solikhah *et al*., 2010). *Resources Based Theory* dipelopori oleh Penrose (1959) yang mengatakan 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. Berdasarkan pendekatan arti *Resource-Based Theory* dapat disimpulkan bahwa sumber daya yang unggul yang dimiliki dalam perusahaan berpengaruh positif terhadap perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan yang unggul.

Menurut Susanto (2007) bahwa agar dapat bersaing organisasi membutuhkan dua hal utama. Pertama, memiliki keunggulan dalam sumberdaya yang dimilikinya, baik berupa aset yang berwujud (*tangible assets*) maupun yang tidak berwujud (*intangible assets*). Kedua, adalah kemampuan dalam mengelola sumberdaya yang dimilikinya tersebut

secara efektif. Kombinasi dari aset dan kemampuan akan menciptakan kompetensi yang khas dari sebuah perusahaan, sehingga mampu memiliki keunggulan kompetitif di banding para pesaingnya.

Sumber daya adalah semua yang dimiliki dan dikendalikan perusahaan baik itu aset, kemampuan perseorangan karyawan, pengetahuan tentang teknologi, proses organisasional, dan informasi yang berguna serta hubungan erat perusahaan dengan pelanggan untuk mengimplementasikan strategi perusahaan sehingga meningkatkan efisiensi dan efektifitas perusahaan. Sumber daya disini berupa *intellektual capital*, dimana perusahaan dapat menggunakan dan mengelola *intellectual capital* yang dimilikinya untuk menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif yang dapat mendorong meningkatnya kinerja perusahaan.

2.1.11.1.2 Intellectual Capital

Intellektual capital merupakan asset tak berwujud yang sulit untuk diteliti maupun diukur secara langsung, yang berupa sumber daya informasi serta pengetahuan untuk meningkatkan kemampuan bersaing serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Terdapat berbagai definisi yang diungkapkan tentang *Intellektual Capital* yaitu, menurut Stewart (1997) *Intellectual Capital* adalah sumber daya berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan yang menghasilkan asset yang benilai tinggi dan manfaat ekonomi di masa mendatang bagi perusahaan. Sedangkan Menurut Pangestika (2010)

Intellectual Capital mencakup semua pengetahuan karyawan, organisasi dan kemampuan mereka untuk menciptakan nilai tambah dan menyebabkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. *Intellectual Capital* telah didefinisikan sebagai seperangkat tak berwujud (sumber daya, kemampuan, dan kompetensi) yang menggerakkan kinerja organisasi dan penciptaan nilai.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital* merupakan sumber daya dan aset tidak berwujud berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan yang akan mendatangkan keuntungan pada perusahaan tersebut.

Perusahaan yang berbasis pengetahuan memperoleh keuntungan (profit) dari inovasi. Perusahaan yang tergolong *low*- *Intellectual Capital* tidak menciptakan dan menggunakan pengetahuan secara intensif, serta tidak mengandalkan modal struktural dan hubungan (*relationship*) yang superior dalam menciptakan nilai (Edvinsson Dan Sullivan, 1996).

Daya saing perusahaan itu tergantung pada kemampuannya dalam menciptakan pengetahuan baru dan menerapkan basis pengetahuan yang ada untuk mencapai pertumbuhan penjualan dan laba yang menguntungkan. *Intellectual Capital* menjadi aset utama yang memfasilitasi pertumbuhan penjualan dan laba melalui keunggulan kompetetif (li, Pike, dan Haniffa , 2008 dalam Hary, 2014).

Dalam bisnis yang berdasarkan pada pengetahuan, *intellectual capital* berguna untuk menciptakan keuntungan kompetetif, hal itu terjadi karena

intellectual capital mempunyai beberapa keunggulan (sangkala, 2006), yaitu:

a. Memberikan pemahaman sifat dasar sumber daya dalam tindakan.
b. Memberikan gambaran menyeluruh mengenai perusahaan.
c. Bukan berfokus pada biaya, tetapi pada nilainya.
d. Lebih bersifat praktek daripada konseptual.

d.1.1.3 Komponen *Intellectual Capital*

Zimmerer, dkk. (2008: 114) berpendapat bahwa *intellectual capital* (IC) terdiri dari tiga komponen, yaitu: *human capital (HC)*, *structural capital (SC),* dan *customer capital (CC)*.

1. Human Capital (Modal Manusia)

Human Capital merupakan bakat, kreativitas, keterampilan, dan kemampuan tenaga kerja perusahaan, yang terlihat pada strategi, rencana, dan proses inovatif yang dikembangkan dan dengan semangat berusaha dicapai oleh orang-orang dalam perusahaan. *Human capital* juga dapat dikatakan salah satu komponen utama dari *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan. *Human capital* merupakan fungsi eksponensial dari proses pendidikan yang berkesinambungan. Artinya, usaha meningkatkan efisiensi tenaga kerja (E*i*) dengan menambah input pengetahuan akan membuahkan lonjakan kemampuan manusia yang sangat besar (Zuhal, 2010).

Human capital merupakan sumber inovasi dan pembaharuan strategi yang dapat diperoleh dari brainstroming melalui riset laboratorium, impian manajemen perusahaan, dan perbaikan atau ketrampilan pekerja. Selain itu, human capital memberkan nilai tambah dalam perusahaan setiap hari, melalui motivasi, komitmen, kompetensi serta efektivitas kerja tim. Nilai tambah yang dapat dikontribusikan berupa: pengembangan kompetensi yang dimiliki oleh perusahaan, pemindahan pengetahuan dari pekerja ke perusahaan serta perubahan budaya manajemen (Mayo, 2000 dalam Rahmawati et al. 2004).

2. *Struktural Capital (* Modal Struktural)

Struktural Capital yaitu akumulasi pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh perusahaan. Bentuk modal ini bisa meliputi pemrosesan, peranti lunak, hak paten, hak cipta, dan mungkin yang terpenting adalah pengetahuan dan pengalaman orang-orang dalam perusahaan, serta budaya organisasi dalam.

Maddocks dan Beaney (2002), menyatakan bahwa *Struktural Capital* adalah Infrastruktur pendukung, proses dan basis data organisasi yang memungkinan modal insani dalam menjalankan fungsinya. Sedangkan menurut Sawarjuwono (2003), *Structural capital* (modal organisasi) adalah kemampuan perusahaan atau organisasi dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara

keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses *manufacturing*, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan.

Struktural Capital juga bisa mncakup perihal seperti gedung, perangkat keras, perangkat lunak, proses, paten, dan hak cipta. Selain itu, *Struktural Capital* juga dapat mencakup perihal seperti citra organisasi, sistem informasi, dan hak milik basis data. Karena keberagamannya ini, maka *Struktural Capital* bisa diklasifikasikan lebih jauh lagi menjadi modal inovasi, proses, dan organisasi.

3. *Customer Capital* (modal pelanggan)

Terdapat nama lain yang digunakan oleh para peneliti dalam istilah *customer capital*, yaitu *capital employed* dan *relational capital. Customer Capital* yaitu basis pelanggan yang mapan, reputasi positif, hubungan yang terus-menerus, dan keinginan baik (*goodwill*) yang dibangun oleh perusahaan sepanjang waktu dengan pelanggannya.

Menurut cheng et al (2010) dalam Zulmiati (2012) *Customer Capital* merupakan pengetahuan yang menempel pada hubungan dengan *stakeholder* yang mempengaruhi perusahaan. Tema utama pada *customer capital* adalah pengetahuan yang menempel pada saluran pemasaran dan hubungan dengan pelanggan yang dikembangkan oleh perusahaan melalui proses alur bisnis. Sedangkan Drapper (1997) dalam Ulum (2009)

mengartikan *customer capital* sebagai nilai dasar pelanggan, hubungan dengan pelanggan, serta potensi pelanggan.

Para peneliti semakin menyadari bahwa modal yang tersimpan dalam tiga bidang ini menjadi landasan bagi kemampuan perusahaan untuk bersaing secara efektif dan keharusan mengelola modal tidak berwujud secara hati-hati. Setiap perusahaan menggunakan ketiga komponen ini dalam strateginya, tetapi masing-masing perusahaan memberikan penekanan pada komponen yang berbeda.

3.1.1.4 Pengukuran *Intellectual Capital*

Sulitnya dalam mengukur *intellectual capital* secara langsung, kemudian Pulic (1998) mengajukan pengukuran secara tak langsung terhadap *intellectual capital* dengan suatu ukuran untuk menilai suatu efisiensi dari nilai tambah (*value added*) sebagai hasil dari kemampuan *intellectual* perusahaan (*Value Added Intellectual Coefficientn* - VAIC^{TM}). Dengan *value added* (VA) model Pulic (1998) ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (Ulum ,2008).

Value added adalah selisih antara total penjualan dan pendaptan lain (nilai output) dengan beban dan biaya – biaya kecuali biaya karyawan (nilai input). *Value added* dipengaruhi oleh efisiensi dan komponen utama dari VAIC yang dapat dilihat dari komponen sumber daya perusahaan,

yaitu: *human capital* (VAHU), *structural capital* (STVA), dan *customer capital* atau *capital employed* (VACA).

a. The Human Capital Coefficient (VAHU)

Koefesien *human capital* yaitu menilai hubungan antara *value added* (VA) dengan *human capital.* Hubungan antara *value added* (VA) dan *human capital* mengindikasikan kemampuan modal manusia untuk menciptakan nilai bagi perusahaan. Nilai koefisien *value added* dari *human capital* (VAHU) menunjukkan seberapa besar VA dibuat oleh satu unit keuangan diinvestasikan dalam karyawan perusahaan.

VAHU = VA/HC

Value added Human Capital (VAHC)

Human Capital (HU) = Beban karyawan (total gaji atau upah karyawan)

Value Added (VA) = Nilai Tambah perusahaan

b. Structural Capital Coefficient (STVA)

Koefesien *structural capital* yaitu menilai hubungan antara VA dengan *Structural Capital*. *Structural Capital Value Added* (STVA) adalah menghitung rasio dari SC terhadap VA. Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu unit moneter dari VA. SC diperoleh dari VA dikurangi HC. SC tergantung pada penciptaan VA dan berbanding terbalik dengan HC.

STVA = SC/VA

Structural Capital Value Added (STVA)

Structural Capital (SC) = Modal struktural : VA - HC

Value Added (VA) = Nilai Tambah perusahaan

c. *Value Added Capital Coefficient* (VACA)

VACA adalah menilai hubungan antara *value added* (VA) dengan *capital employed* atau *relational capital* (CE). VACA ini adalah sebuah indikator untuk VA yang dibuat oleh satu unit modal fisik. Hubungan VA dan CA mengindikasikan kemampuan modal internal untuk menciptakan nilai bagi perusahaan.

VACA = VA/CE

Value Added Capital Coefficient (VACA)

Value Added (VA) = Nilai Tambah

Capital Employed (CE) = dana yang tersedia (total ekuitas)

Rasio-rasio tersebut merupakan kalkulasi kemampuan intelektual sebuah perusahaan. Formulasi ini merupakan jumlah koefisien yang disebutkan sebelumnya dan hasilnya sebuah indikator baru dan unik yaitu yang dinamakan VAIC™.

VAIC™ mengukur seberapa banyak nilai baru yang diciptakan dari tiap banyak unit moneter dalam masing – masing sumber daya. Semakin tinggi nilai VAIC™ yang dihasilkan, semakin tinggi pula nilai tambah yang tercipta.

c.1.1.5 Kinerja Perusahaan

Kinerja merupakan istilah secara umum yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode

dengan refrensi pada sejumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar-dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya.

Tujuan utama dari penilaian kinerja adalah unuk memotivasi personal dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam memenuhi standart perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga membuahkan tindakan dan hasil yang diinginkan oleh organisasi (Suripto, 2015).

Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waku tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki (Helfert, 1997).

Kinerja perusahaan ada dua jenis, yaitu kinerja keuangan dan kinerja pasar modal. Dalam pengukuran kinerja yang digunakan menggunakan rasio yaitu rasio keuangan dan rasio pasar modal.

1. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas (Jumingan, 2006:239). Sedangkan menurut surtisno (2009:53) menyatakan bahwa Kinerja keuangan perusahaan merupakan prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut.

Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan, dapat dilakukan dengan beberapa rasio keuangan. Setiap rasio keuangan memiliki arti, kegunaan, dan tujuan tertentu. Kemudian, dari setiap hasil rasio yang diukur diinterpretasikan sehingga menjadi berarti bagi pengambilan keputusan.

Rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan. Perbandingan dapat dilakukan antar komponen yang ada diantara laporan keuangan. Kemudian, angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode (Kasmir, 2012).

Dalam Kasmir (2012) menyatakan, jenis jenis rasio keuangan (gabungan dari beberapa ahli). Adalah sebagi berikut:

1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Artinya, rasio likuiditas berguna untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban/utang pada saat ditagih atau jatuh tempo. Jenis-jenis Rasio Likuiditas adalah:
   - Rasio Lancar (*Current Ratio*)
   - Rasio Sangat Lancar (*Quick Ratio Atau Acid Test Ratio*)
   - *Cash Ratio*
   - Rasio perputaran kas (*Cash Turn Over*)
   - *Inventory to Net Working Capital*

2. Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan. Jenis-jenis rasio solvabilitas adalah:
   - Total utang dibandingkan dengan total aktiva atau rasio utang (*Debt Ratio*)
   - Jumlah kali perolehan bunga (*Times Interest Earned*)
   - Lingkup biaya tetap (*Fixed Charge Coverage*)
   - Lingkup arus kas (*Cash Flow Coverage*)
   - *Total Debt To Equity Ratio*
   - *Long Term Debt To Equity*
   - *Tangible Assets Debt Coverage*
2. Rasio Aktivity (*Activity Ratio*), adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan atau menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Jenis-jnis rasio aktivitas adalah:
   - Perputaran sediaan (*Inventory Turn Over*)
   - Rata-rata jangka waktu penagihan/perputaran piutang (*Average Collection Period*)
   - Perputaran aktiva tetap (*Fixed Assets Turn Over*)
   - Perputaran total aktiva (*Total Assets Turn Over*)

- *Receivable Turn over*
- *Average day's Inventory*
- *Working Capital Turn over*

3. Rasio Profitabilias (*Profitability Ratio*), merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Jenis-jenis rasio profitabilitas adalah:
   - Margin laba penjualan (*Profit Margin on Sales*)
   - *Return on Investment (ROI)*
   - Hasil pengembalian ekuitas (*Return on Total Equity*)
   - *Earning per share of common stock*
4. Rasio Pertumbuhan (*Growth Ratio*), merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.
   - Pertumbuhan penjualan
   - Pertumbuhan laba bersih
   - Pertumbuhan pendapatan per saham
   - Ertumbuhan dividen per saham
5. Rasio Penilaian (*Valuation Ratio*), yaitu rasio yang memberikan ukuran kemampuan manajemen menciptakan nilai pasar usahanya di atas biaya investasi seperti:
   - Rasio harga saham terhadap pendapatan

– Rasio nilai pasar saham terhadap nilai buku

2. Kinerja Pasar Modal

Pasar modal adalah pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan. Pasar modal merupakan salah satu alternatif intvestasi bagi masyarakat. Melalui pasar modal, investor dapat melakukan investasi di peusahaan melalui pembelian surat-surat berharga yang ditawarkan atau yang diperdagangkan di pasar modal. Sementara itu, perusahaan atau sering disebut sebagai emiten dapat memperoleh dana yang dibutuhkan dengan menawarkan surat-surat berharga tersebut. Adanya pasar modal memungkinkan para investor untuk memiliki perusahaan yang sehat dan berprospek baik. Penyebaran kepemilikan yang luas akan mendorong perusahaan melakukan transparansi laporan keuangan. Hal ini akan mendorong perusahaan menuju terciptanya perusahaan yang lebih baik (S. Sundjaja dan Inge Barlian, 2003).

Kinerja pasar merupakan hasil-hasil atau prestasi yang muncul didalam pasar sebagai akibat terjadinya. Untuk pengukuran kinerja pasar modal menggunakan rasio. Rasio pasar berhubungan dengan nilai pasar dari saham perusahaan sebagaimana diukur oleh harga saham terhadapa nilai akuntansi tertentu. Rasio pasar memberi petunjuk kepada investor seberapa baik perusahaan mengelola hasil dan resiko. Rasio pasar mencerminkan penilaian pemegang saham dari segala aspek atas kinerja

masa laluperusahaan dan harapan kinerja di masa yang akan datang (S. Sundjaja dan Inge Barlian, 2003).

Rasio pasar yang umum digunakan ada dua, yaitu: rasio harga pasar/pendapatan (rasio H/P) dan rasio harga pasar/nilai buku (rasio H/NB).

2.1.5.6 Pengukuran Kinerja Keuangan

Dalam kinerja keuangan yang digunakan sebagai variabel hanya ROE, dan dijabarkan sebagai berikut,

a. ROE (*Return On Equity*)

Salah satu alasan utama mengapa mengoperasikan perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang akan bermanfaat bagi para pemegang saham. Ukuran keberhasilan dari pencapaian alasan ini adalah angka *Return On common stock holders' equity* yang berhasil dicapai. Ratio return on equity dihitung dengan cara sebagai berikut:

Return On Equity

Laba yang dipakai disini adalah laba bersih setelah pajak dikurangi dividen untuk para pemegang saham istimewa (bila ada). Hal ini dimaksudkan untuk menggambarkan besarnya laba yang benar – benar tersedia dan tersisa bagi para pemegang saham biasa (Dwi Prastowo, 2015).

2.1.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti telah membuktikan secara empiris tenang pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan dalam berbagai pendekatan di beberapa perusahaan. Kebanyakan penelitian tentang IC menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan. Beberapa peneliti menggunakan VAIC, baik untuk mengukur kinerja IC itu sendiri maupun untuk melihat hubungan antara IC dengan kinerja perusahaan atau dengan variabel yang lain. Tabel 1 berikut ini merangkumkan beberapa peniliti yang melakukan pengujian pada pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan.

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA GAMA
STIE
LUMAJANG

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rizqi Zulmiati (2012)	Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel Independen: *intellectual capital* (*human capital*, *innovation capital*, *process capital* dan *customer capital*). Variabel dependen: kinerja perusahaan.	tidak semua komponen *intellectual capital* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.
2	Florentina Paula Putri Gany (2015)	Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Perusahaan pada perusahaan manufactur yang terdaftar di BEI	Variabel Independen: *intellectual capital* Variabel dependen: kinerja keuangan dan nilai pasar perusahaan	*intellectual capital* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
3	Citra Puspita Dewi (2011)	Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan	Variabel Independen: *intellectual capital* Variabel dependen: kinerja keuangan	*intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, produktivitas, pertumbuhan, dan *market valuation* perusahaan

		Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2009	perusahaan	
4	Yosi Metta Pramelasari (2010)	Pengaruh *Intellectual Capital* Trhadap Nilai Pasar Dan Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel Independen: *intellectual capital* Variabel dependen: *Market to book value ratio* (MtBV), dan kinerja keuangan perusahaan	*intellectual capital* (VAIC) tidak berpengaruh terhadap nilai pasar (MtBV), dan kinerja keuangan perusahaan (ROA, ROE, EP dan GR). VACA dan VAHU yang berpengaruh signifikan positif terhadap nilai pasar perusahaan (MtBV), dan kinerja keuangan perusahaan (ROA dan ROE). RD hanya berpengaruh terhadap ROA.
5	Faricha Nurul Haniyah (2014)	Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Perusahaan Otomotif Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: *intellectual capital* {*human capital* (VAHU), *structural capital* (STVA) dan *customer capital* (VACA)} Variabel dependen: kinerja perusahaan	1. VACA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap market to book ratio (MBR) namun koefesien regresi menunjukkan hubungan tidak searah antara VACA dan MBR 2. VAHU memiliki pengaruh yang signifikan terhadap market to book ratio (MBR) dan menunjukkan hubungan searah antara VACA dan MBR 3. STVA hanya sebagian yang memiliki pengruh signifikan terhadap market to book ratio (MBR) dan menunjukkan

				hubungan searah antara VACA dan MBR

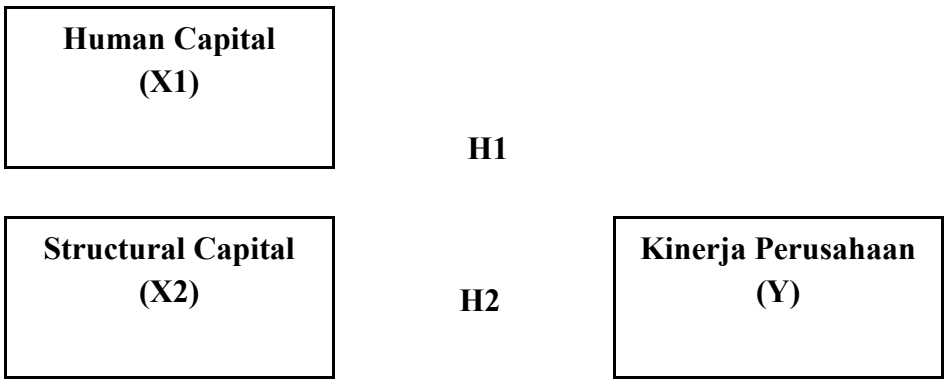
2.1.3 Kerangka Pemikiran

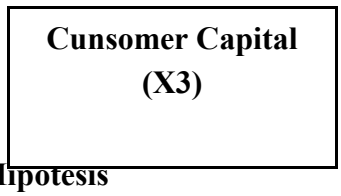
Kerangka konseptual adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan dengan faktor-faktor yang penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Kerangka konseptual akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian, yaitu variabel bebas (dependen) dengan variabel independen. Begitu juga variabel lain yang menyertainya, maka peran variabel lain tersebut harus dijelaskan.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Intellectual Capital* yang diproksikan oleh *human capital, structural capital, dan customer capital*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel kinerja perusahaan yang diproksikan oleh rasio.

Kerangka pemikiran penelitian ini menguraikan secara sistematis pokok permasalahan dalam penelitian. Kerangka pemikiran pada penelitian ini dilihat pada gambar berikut ini,

Gambar 2.1





H3

2.2 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang masih harus diuji kebenarannya secara empiris. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

Intellectual capital adalah sumber daya dan aset tak berwujud dari suatu bisnis, yang meliputi karyawannya (*human capital*), segala sesuatu yang tersisa ketika para karyawan pulang (*structural capital*), dan nilai yang melekat dalam hubungan-hubungannya terhadap pelanggan (*customer capital*). *Intellectual capital* merupakan bagian penting dalam menjalankan kinerja perusahaan dan perusahaan memungkinkan memanfaatkan aset intellektualnya untuk mencapai keungulan. Hal tersebut sejalan dengan *Resource-Based Theory* bahwa keunggulan kompetitif perusahaan yang meyakini bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila memiliki sumber daya yang unggul (Solikhah *et al*., 2010).

Jika *intellectual capital* merupakan sumberdaya yang dapat diukur untuk peningkatan kompetitif, maka akan memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan. Semakin tinggi *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan, semakin tinggi pula kinerja perusahaannya. Hal tersebut dapat membuat perusahaan memiliki nilai tambah dibandingkan perusahaan lain.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *intellectual capital* memiliki tiga komponen, yaitu *human capital, structural capital dan customer capital.* Dari ketiga komponen sumber daya yang dimiliki perusahaan tersebut apabila dimanfaatkan dengan baik dan dapat bersinergi secara efektif, maka nilai tambah (*value added*) akan dapat dihasilkan guna menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan.

Penelitian tentang pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan telah dilakukan Faricha (2014) yang meneliti perusahaan otomotif, Citra (2011) meneliti pada perusahaan manufaktur, Febriyanti, dkk (2014) meneliti pada perusahaan perbankan. Kesemuanya menggunakan pengukuran VAIC dan hasilnya berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

H_1 : *Human capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan

H_2 : *Structural capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan

H_3 : *Customer capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan