

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan era globalisasi, seorang pelaku bisnis pastinya akan menghadapi tantangan yang sangat berat dan beragam. Melalui adanya persaingan yang cukup ketat diantara pelaku bisnis yang semakin meningkat serta bertambahnya tuntutan para pelanggan kepada produsen sehingga dengan semakin berkembangnya bisnis di era saat ini tentunya membuat pelaku bisnis harus menyadari bahwa kemampuan bersaing tidak hanya ada pada kepemilikan sumber daya yang dimilikinya namun pada pengetahuan yang ada.

Dalam ekonomi berbasis pengetahuan, *Intellectual Capital* (IC) memainkan peran penting dalam pertumbuhan keseluruhan perusahaan dan menjadi sumber utama keunggulan kompetitif atas pesaing. supaya perusahaan dapat tetap bertahan, maka perusahaan juga harus dapat mengubah strateginya dari bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor-based business*) menuju *knowledge based business* (bisnis berdasarkan pengetahuan), sehingga karakteristik utama perusahaannya menjadi perusahaan berbasis ilmu pengetahuan.

Intellectual Capital merupakan komponen yang disusun, ditangkap, dan digunakan suatu perusahaan untuk menghasilkan nilai aset yang lebih tinggi. aset intelektual atau aset pengetahuan sendiri terdiri dari modal pelanggan (*relational capital*), modal karyawan (*human capital*), dan modal

organisasi (*structural capital*) yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan nilai dan memperluas nilai perusahaan. *Intellectual Capital disclosure* ini memungkinkan manajer membuat strategi untuk pencapaian permintaan *stakeholder/investor* untuk meyakinkan atas keunggulan kebijakan perusahaan. *Intellectual Capital* merupakan sumber daya bagi perusahaan dalam menciptakan nilai dan memperoleh keunggulan ketika dibandingkan dengan perusahaan lain

Suwardjono (2003:76) menjelaskan bahwa seiring dengan perubahan ekonomi yang berkarakteristik ekonomi berbasis ilmu pengetahuan dengan penerapan manajemen pengetahuan (*knowledge management*), kemakmuran suatu perusahaan akan bergantung pada suatu penciptaan transformasi dan kapitalisasi dari pengetahuan itu sendiri. Pada dasarnya keunggulan kompetitif pada *knowledge based business* didapat dari inovasi yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah lebih pada produk atau jasa yang ditawarkan, yang ditandai dengan makin meningkatnya investasi perusahaan terhadap pelatihan karyawan, penelitian dan pengembangan dan sistem pemrosesan internal yang efektif dan efisien. Peningkatan mengakibatkan *knowledge* sebagai aset yang vital bagi perusahaan, identifikasi dan pengelolaannya dalam bentuk *intangible asset* dirasa makin penting.

Upaya yang dapat ditempuh oleh pelaku bisnis untuk mempertahankan diri adalah dengan meningkatkan kinerja manajerial, dan melakukan inovasi dalam bisnisnya. Pencapaian tujuan perusahaan akan dapat optimal ketika setiap organisasi tersebut memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Sejalan dengan yang diungkapkan oleh

Mc.Leod dan Schell (2008), keunggulan kompetitif dapat direalisasikan dalam hal mendapatkan keunggulan strategis, taktis, maupun operasional.

Ketika sebuah perusahaan memiliki sebuah keunggulan yang pantas untuk dipublikasikan maka akan muncul nilai perusahaan yang menunjukkan perkembangan kinerja perusahaan itu sendiri. Nilai suatu perusahaan dapat tercermin dari harga yang dibayar investor atas sahamnya dipasar, semakin meningkatnya perbedaan antara saham dengan nilai buku aktiva yang dimiliki perusahaan menunjukkan *hidden value. Intellectual Capital* dalam bisnis modern ini telah menjadi aset yang sangat bernilai. Semakin berkembangnya pengetahuan tentang *Intellectual Capital*, hal tersebut menimbulkan tantangan bagi para akuntan untuk mengidentifikasi, mengukur, dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan.

Secara umum didefinisikan oleh Suwardjono dan Kadir (2003:203) *Intellectual Capital* merupakan sebagai jumlah dari apa yang dihasilkan oleh tiga elemen utama organisasi (*human capital, structural capital, customer capital*) yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi sehingga memberikan nilai lebih bagi keunggulan perusahaan. Kuryanto dkk, (2008:34) menyatakan bahwa perusahaan akan lebih mampu bersaing apabila menggunakan keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh *Intellectual Capital* perusahaan. Fajariyah, (2012:34) menjelaskan bahwa modal intelektual yang terdiri dari *human capital, customer capital, dan structural capital* merupakan pendorong utama inovasi dan keunggulan kompetitif dalam ekonomi berbasis pengetahuan yang telah berkembang saat ini.

human capital dapat diartikan sebagai kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, inovasi, dan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugasnya sehingga dapat menciptakan suatu nilai untuk mencapai tujuan. *customer capital* merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai nyata bagi perusahaan dengan menciptakan suatu hubungan atau relasi yang harmonis dengan para mitra atau bagian di luar lingkungan perusahaan. *structural capital* merupakan pengetahuan yang tetap berada dalam perusahaan yang memberikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan (Suhendah, 2012)

Dalam hubungannya dengan kinerja perusahaan, Ketiga unsur *Intellectual Capital* ini memiliki peran yang sangat penting. *human capital* dapat dilihat melalui kompetensi pegawai. Karyawan yang memiliki *skill*, pengalaman kerja dan pengetahuan yang baik mampu mengetahui apa kebutuhan konsumen dan dapat mengembangkan *customer capital* agar konsumen tetap loyal terhadap perusahaan. Seorang pegawai yang memiliki kemampuan dan pengetahuan kinerja organisasi yang baik tentunya dapat meningkatkan inovasi perusahaan dan mampu memberikan solusi ketika perusahaan sedang mengalami masalah. Aset *human capital* dapat mengoptimalkan kreatifitas dan kecerdasan yang dimiliki oleh karyawan. loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan merupakan hal yang akan menentukan keberlangsungan suatu perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Intellectual Capital* dan ketiga komponennya, yaitu *physical capital (capital employed)*, *human capital*, dan *structural capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), khususnya perusahaan *consumer good industry*, dan sedangkan penelitian-penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan-perusahaan lain seperti pertambangan atau perbankan yang terdaftar di BEI. Lebih jauh, hampir semua penelitian berfokus pada dampak dari *Intellectual Capital* secara individual terhadap kinerja perusahaan tanpa memperhatikan hubungan antar komponen *Intellectual Capital* yang menciptakan nilai dan memberikan dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hubungan antar komponen *Intellectual Capital* dapat dipahami secara lebih jelas, maka peningkatan kinerja perusahaan dapat dicapai dengan mengelola komponen. Mengingat bahwa perusahaan *consumer good industry* jelas memiliki banyak sektor yang mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Dalam pengelolaan organisasi perusahaan tentunya banyak faktor yang dapat mempengaruhi sebuah kinerja perusahaan antara lain seperti adanya strategi perusahaan dan karakteristik industri, sehingga hal ini dapat mempengaruhi penggerak nilai perusahaan untuk menjadi lebih baik lagi. Keterkaitan antara elemen *Intellectual Capital* dari perspektif yang lebih rinci dan kompleks, lebih ditekankan daripada memberikan perhatian hanya pada pengukuran tertentu *Intellectual Capital* dan kinerja saat menguji pengaruh *Intellectual Capital*.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada pengaruh *Intellectual Capital* dengan menggunakan metode VAICTM terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Return on Asset (ROA)*. *Intellectual Capital* merupakan variabel independen yang terdiri dari *value added capital employeed (VACA)*, *human capital (VAHU)*, dan *structural capital (STVA)*. Sedangkan kinerja keuangan sebagai variabel dependen diproksikan dengan *Return on Asset (ROA)* yang merupakan bagian dari rasio profitabilitas pada perusahaan yang diukur dengan membandingkan laba bersih yang dihasilkan oleh aktivitas perusahaan terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin tinggi pula kemampuan untuk menghasilkan laba bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan mengambil judul “Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan *Consumer Good Industry* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Value Added Capital Employeed (VACA)*, *Human Capital (VAHU)*, dan *Structural Capital (STVA)* berpengaruh secara simultan terhadap *Return on Asset (ROA)* perusahaan *consumer good industry* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016 ?

2. Apakah *Value Added Capital Employed* (VACA), *Human Capital* (VAHU), dan *Structural Capital* (STVA) berpengaruh secara parsial terhadap *Return on Asset* (ROA) perusahaan *consumer good industry* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016 ?
3. Variabel apakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan *consumer good industry* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui pengaruh *value added capital employeed* (VACA), *human capital* (VAHU), dan *structural capital* (STVA) secara simultan terhadap *Return on Asset* (ROA) perusahaan *consumer good industry* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016.
- b) Untuk mengetahui pengaruh *value added capital employeed* (VACA), *human capital* (VAHU), dan *structural capital* (STVA) secara parsial terhadap *Return on Asset* (ROA) perusahaan *consumer good industry* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016.
- c) Untuk mengetahui variabel yang paling dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan *consumer good industry* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik kepada peneliti maupun pihak lain. Adapun manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan, khususnya pengetahuan yang sifatnya empiris mengenai faktor penentu kinerja perusahaan *consumer good industry* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016.

b. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai *Intellectual Capital* dalam laporan keuangan yang disajikan untuk melihat bagaimana kinerja keuangan perusahaan tersebut.

c. Manfaat Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam mengukur *Intellectual Capital* sehingga selanjutnya dapat digunakan untuk menilai keunggulan bersaing perusahaan sehubungan dengan keputusan investasi mereka.

d. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi empiris bagi penelitian-penelitian selanjutnya, yang berminat untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *Intellectual Capital* terhadap

kinerja perusahaan *consumer good industry* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2016.

