

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Konseptual

##### 1. *Intellectual Capital*

Modal intelektual (*intellectual capital*) kini telah dikenal luas oleh banyak kalangan. Tapi meski demikian menurut Steward (1997), *intellectual capital* telah dimengerti secara berbeda oleh beberapa kalangan, dipahami oleh beberapa kelompok kecil dan secara formal belum terdapat metode penilaian yang baku. Sebagai sebuah konsep modal intelektual merujuk pada modal-modal non fisik, modal tidak berwujud (*intangible assets*), atau tidak kasat mata (*invisible*) yang terkait dengan pengetahuan, pengalaman, serta teknologi yang digunakan.

Di Indonesia modal intelektual masih mengacu pada PSAK No. 19 (revisi 2000) tentang aktiva tidak berwujud. Menurut PSAK No. 19, aktiva tidak berwujud adalah aktiva non moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lain ataupun untuk tujuan administratif. Tidak disebutkan secara jelas mengenai *intellectual capital*, tapi dari segi sifat aktiva tidak berwujud telah mewakili gambaran dari modal intelektual itu sendiri.

Beberapa pengertian IC menurut penelitian sebelumnya misalnya adalah sebagai berikut: Klein dan prusak dalam Ulum et al. (2008) berpendapat bahwa *intellectual capital* adalah material yang disusun, ditangkap, dan digunakan untuk menghasilkan nilai aset yang lebih tinggi. IC merupakan pendorong utama dari proses penciptaan nilai perusahaan ini, pengungkapan sumber daya ini membantu investor untuk lebih memantau manajemen (Orens,2009).

Menurut Bontis (2000) pada umumnya para peneliti membagi *Intellectual capital* menjadi tiga elemen, yaitu: *Human Capital* (HC), *Structural Capital* (SC), dan *Costumer Capital* (CC). Menurut Bontis et al. (2000) secara sederhana HC mempresentasikan *Invidual knowledge stock* suatu organisasi yang dipresentasikan oleh karyawan. Kemudian Bontis et al. (2000) juga menyebutkan bahwa SC meliputi seluruh *non human store houses of knowledge* dalam organisasi. Sedangkan CC adalah pengetahuan melekat dalam *marketing channels* dan *customer relationship* dimana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalan bisnis (Bontis et al. 2000). Secara lebih jelas klarifikasi ketiga elemen IC tersebut akan dipaparkan di sub berikut.

a. *Human Capital*

*Human capital* merupakan *lifeblood* dalam *intellectual capital* dan sumber inovasi dan pengembangan, meliputi sumber daya manusia dan mencakup beberapa hal seperti pendidikan, pengetahuan dan kompetensi yang berhubungan dengan pekerjaan, dan karakteristik lainnya yang dimasukkan dalam elemen “karyawan” (Erdianthy, 2013). Menurut

Vergauwen (2007) HC terdiri dari pengetahuan dan kompetensi karyawan dan dapat lebih didekomposisi menjadi individu. HC individu mengacu kepada kompetensi tersirat individu dari warisan genetik, pendidikan, keterampilan, pelatihan, pengalaman dan nilai-nilai dan keyakinan.

Dalam hal ini HC lebih mengarah terhadap SDM perusahaan. Penyebutan *human capital* untuk sumber daya manusia (SDM) sepertinya belum banyak dianut oleh pelaku bisnis, sementara peran SDM terhadap masa depan perusahaan sangat menentukan (Endri 2012). Di dalam sebuah negara ketika sumber daya manusia tinggi maka akan dapat mengangkat peradaban di negara tersebut. Negara yang terbelakang tetap pada posisinya karena sumber daya manusia yang rendah sedangkan negara yang maju bertambah kuat, karena sumber daya manusia yang makin kuat (Qomar, 2006). Elkin (1998) mengatakan teori *Human Capital* menunjukkan bahwa modal manusia dari suatu bangsa atau organisasi merupakan faktor penting dalam keberhasilan ekonomi. Hal tersebut tidak terkecuali dengan sumber daya manusia di dalam perusahaan.

SDM adalah modal yang dapat terus berkembang seiring dengan waktu dan dinamika lingkungan bisnis serta kemajuan dalam ilmu pengetahuan. Banyak para pemimpin perusahaan kurang menyadari bahwa sebenarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan berasal dari

*human capital*, hal tersebut karena aktivitas perusahaan hanya dilihat dari perspektif bisnis semata dimana perhatian utama manajemen lebih ke modal, teknologi dan uang (Endri 2012). Frederick W. Smith atau lebih banyak dikenal dengan nama FedEx pemilik perusahaan transportasi (pengiriman) terbesar di dunia yang didirikan 50 tahun lampau, percaya bahwa mengelolah manusia (SDM) merupakan syarat mutlak untuk memenangkan persaingan. Manusia adalah roh perusahaan. Semua denyut jantung bernama oprasional dan aliran darah yang tak lain adalah uang (*cash flow*) tidak akan berarti manakalah ditubuh perusahaan tersebut kehilangan rohnya (Agung 2007).

b. *Structural Capital*

Menurut D Erdianthy (2013) *Structural capital* atau *organizational capital* merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya, yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan yang mencakup dua elemen penting, yaitu *intellectual property* dan *infrastructure asset*. Elemen pertama, *intellectual property* dilindungi oleh hukum (paten, hak cipta, dan merk dagang). Sedangkan elemen kedua adalah *infrastructure asset*, merupakan elemen *intellectual capital* yang dapat diciptakan di dalam perusahaan atau dimiliki dari luar (budaya perusahaan, *management process*, sistem informasi, *networking system*). SC sering disebut sebagai

"modal organisasi", yaitu internal infrastruktur perusahaan. Bagian dari IC terdiri sistem, proses, prosedur, paten, konsep, dll dan tidak hanya dibuat oleh karyawan atau dibawa dari sumber eksternal, tetapi juga tertanam ke perusahaan (Vergauwen , 2007).

*Structural capital* yang baik bagi perusahaan akan berdampak baik bukan hanya pada kinerja tapi juga kekuatan saing perusahaan. paten, dan hak cipta serta prihal yang seperti citra organisasi, sistem informasi, dan hak milik basis data. Karenanya modal struktural bisa diklasifikasikan lebih jauh lagi menjadi modal inovasi, proses, dan organisasi. Dari pemaparan tersebut maka kekuatan saing perusahaan sebagian besar berada pada *structural capitalnya*.

c. *Relational Capital/Customer Capital*

*Relational capital* merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Relational 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. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut. (suwarjono, 2003). Menurut Vergauwen (2007) RC sering disebut

sebagai modal "eksternal" atau "reputasi", yang terdiri dari reputasi perusahaan, merek, dan hubungannya dengan *klien*, pemasok dan *stakeholder* lainnya.

Dari pemaparan tersebut CC atau RC lebih mengarah ke hubungan perusahaan dengan pihak ekseternal. Tentu saja dalam hal ini adalah bagaimana perusahaan menjalin hubungan baik dengan entitas lain. Kale et al. (2000) menemukan bahwa membangun *relational capital* dapat membantu perusahaan mendapatkan manfaat potensial dari aliansi, sementara pada saat yang sama mengurangi konflik kepentingan. Dalam *relational capital* kepercayaan dan komitmen sangatlah penting antar sesama entitas. Zaheer et al. (1998) menunjukkan bagaimana kepercayaan mengurangi negosiasi biaya dalam aliansi dan juga meningkatkan kinerja aliansi sedangkan menurut Cullen et al., (1995) Komitmen mencerminkan tindakan dan nilai-nilai pembuat keputusan kunci mengenai kelanjutan hubungan, penerimaan tujuan bersama dan nilai-nilai kemitraan, dan kemauan untuk menginvestasikan sumber daya dalam hubungan dengan adanya komitmen. (Vidot, 2006).

Dari pemaparan diatas maka dapat dikatakan bahwa *relational capital* adalah menjaga hubungan baik antar entitas khususnya yang memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan. Dalam Islam menjaga hubungan baik dikenal dengan *silaturahmi*. Dalam hal ini *silaturahmi* lebih mengarah antara hubungan manusia ke manusia

sebagaimana dalam Junizar (2014), bahwa *silaturahmi* dapat dipahami sebagai ungkapan berbuat baik dengan berbagai tindakan yang memberikan manfaat bagi orang lain yang dilandasi dengan prinsip kasih sayang terhadap orang lain yaitu baik mahram maupun yang tidak mahram yang diikat oleh kesamaan akidah.

## 2. *Intellectual Capital Disclosure*

Setelah mengetahui *Intellectual Capital* maka selanjutnya adalah mengenai *intellectual capital disclosure*. Dalam Agca & Onder (2007) mengatakan Pengungkapan didefinisikan dalam literatur akuntansi sebagai "menginformasikan kepada publik dengan laporan keuangan perusahaan" (Shehata, 2014). Selain itu dalam penelitian Owusu-Ansah, (1998) didefinisikan sebagai komunikasi informasi ekonomi, apakah keuangan atau non finansial, kuantitatif atau mengenai posisi keuangan dan kinerja perusahaan" (Shehata, 2014).

Dalam pengungkapan dilaporan keuangan perusahaan akan ditemukan dua jenis pengungkapan yaitu pengungkapan wajib (*Mandatory Disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*Voluntary Disclosure*). Pengungkapan perusahaan jatuh ke dalam dua kategori besar yaitu wajib dan sukarela. Di satu sisi, pengungkapan wajib terdiri dari informasi yang diungkapkan untuk mematuhi persyaratan hukum dan peraturan. Di sisi lain, pengungkapan sukarela adalah setiap informasi yang diungkapkan selain pengungkapan wajib (Shehata, 2014), yang

berarti tergantung dari strategi manajemen suatu perusahaan dalam pengungkapannya. Menurut (Vergauwen dan van Alem, 2005) nilai relevansi merupakan faktor penting bagi manajer untuk mengungkapkan informasi tambahan karena laporan keuangan yang dibuat untuk memberikan pandangan yang benar tentang kinerja yang mendasari perusahaan (Vergauwen, 2007)

Menurut Seetharaman et al. (2002) dalam Vergauwen (2007) Kerangka akuntansi keuangan sekarang ini dinilai tidak memadai dan gagal mengkomunikasikan satu aset yang paling penting dan sumber daya dari bisnis saat ini. Masalah dengan kerangka akuntansi keuangan menunjukkan bahwa pelaporan tidak memiliki pengakuan nilai IC dan menciptakan kesenjangan informasi antara orang dalam dan orang luar (Vergauwen, 2007), maka agar tidak terjadi asimetri informasi dalam hal ini *Intellectual Capital Disclosure* memiliki peran yang sangat penting. *Intellectual Capital Disclosure* dapat memberikan efek positif bagi perusahaan seperti mengurangi biaya agensi, reputasi, dan kepercayaan dari pihak luar perusahaan, namun dalam hal ini pastinya akan disembunyikan pula beberapa informasi untuk kepentingan perusahaan juga.

Muncul dua pendapat mengenai tujuan pelaporan *Intellectual Capital* yaitu yang pertama adalah untuk meningkatkan efektivitas internal dari operasi perusahaan (Bukh et al.), sedangkan pandangan



yang kedua yaitu pandangan Amerika yang menunjukkan bahwa peran yang lebih penting adalah sebagai alat untuk mengurangi ketidakpastian diantara *stakeholder* ketika menilai perusahaan di era “Ekonomi Baru”. Bukh *et al.*, sebagai pendukung pandangan Amerika menyatakan bahwa pengungkapan informasi tentang *Intellectual Capital* diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi, meningkatkan likuiditas pasar saham, dan meningkatkan permintaan efek yang diterbitkan oleh perusahaan.

### 3. *Disclosure* Dalam Perspektif Ekonomi

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa memberikan disclosure atau pengungkapan berarti memberikan informasi kepada pengguna. Sebagaimana dalam penelitian Oleh: Cahyani Nuswandari, SE. Berikut adalah yang mendukung dan melandasi pengungkapan dalam ekonomi:

### 4. Konsep Pengungkapan

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien Hendikson, Breda, (1992) dalam Widiastuti, (2002). Evan, membatasi pengertian pengungkapan hanya pada hal-hal yang menyangkut pelaporan keuangan. Pernyataan manajemen dalam surat kabar atau media masa lain serta informasi di luar lingkup pelaporan keuangan tidak masuk dalam pengertian pengungkapan. Sementara itu, Wolk, Tearney, dan Dodd memasukkan pula statemen

keuangan segmental dan statemen yang merefleksi perubahan harga sebagai bagian dari pengungkapan (Suwardjono, 2005). Dalam interpretasi yang lebih luas, pengungkapan terkait dengan informasi yang terdapat dalam laporan keuangan maupun informasi tambahan (*supplementary communications*) yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang kejadian setelah tanggal pelaporan, analisis manajemen tentang operasi perusahaan di masa yang mendatang, prakiraan keuangan dan operasi, serta informasi lainnya Wolk dan Tearney, (1997) dalam Widiastuti, (2002). Pengungkapan menyangkut:

1) Untuk siapa informasi diungkapkan

kerangka konseptual telah menetapkan bahwa investor dan kreditor merupakan pihak yang dituju oleh pelaporan keuangan sehingga pengungkapan ditujukan terutama untuk mereka. Pengungkapan menuntut lebih dari sekedar pelaporan keuangan tetapi meliputi pula penyampaian informasi kualitatif dan non kualitatif.

2) Tujuan Pengungkapan

Tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda. Hal yang berkaitan dengan masalah seberapa banyak informasi yang harus diungkap disebut dengan tingkat pengungkapan (*level disclosure*). Evan, dalam Suwardjono, (2005)

mengidentifikasi tiga konsep pengungkapan adalah pengungkapan yang memadai (*adequacy*), wajar (*fair*) dan lengkap (*full*).

3) Keluasan dan Kerincian Pengungkapan

Pengungkapan yang memadai menyiratkan jumlah pengungkapan minimum yang harus dipenuhi sesuai dengan tujuan pembuatan laporan keuangan yang tidak menyesatkan untuk pengambilan keputusan yang diarah. Pengungkapan yang wajar menyiratkan suatu tujuan etika yaitu memberikan perlakuan yang sama kepada semua calon pembaca. Pengungkapan lengkap menyiratkan penyajian seluruh informasi yang relevan.

4) Cara dan waktu mengungkapkan informasi

Penyampaian informasi selain disampaikan melalui laporan keuangan dapat juga disampaikan melalui media lain dalam bentuk finansial maupun non finansial. Informasi yang bersifat finansial dapat mengambil bentuk laporan tahunan, prospektus, laporan analisis dan sejenisnya. Sedangkan yang bersifat non finansial antara lain jumpa pers tentang produk baru, rencana perluasan, rencana peningkatan kesejahteraan karyawan dan sebagainya (FASB, SFAC No.5, par 7 dalam Sutomo, (2004)). Mengingat pentingnya pelaporan keuangan tersebut dan agar pelaporan keuangan dapat diinterpretasikan secara tepat, mudah dipahami, dan tidak menyesatkan pihak-pihak yang berkepentingan maka pelaporan keuangan tersebut harus disusun sesuai standar yang

berlaku. Alasan yang mendasari perlunya praktik pengungkapan pelaporan keuangan oleh manajemen kepada pemilik adalah hubungan antara *principal* dengan *agent*. Secara sederhana pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi yang disajikan dalam pelaporan keuangan. Pelaporan keuangan diharapkan dapat memberikan manfaat seluas-luasnya. Oleh karena itu pelaporan keuangan harus mengungkapkan informasi yang memadai. Pengungkapan yang dimaksud dapat berupa kebijakan akuntansi, jumlah saham yang beredar, harga saham perusahaan dan ukuran-ukuran alternatif lain.

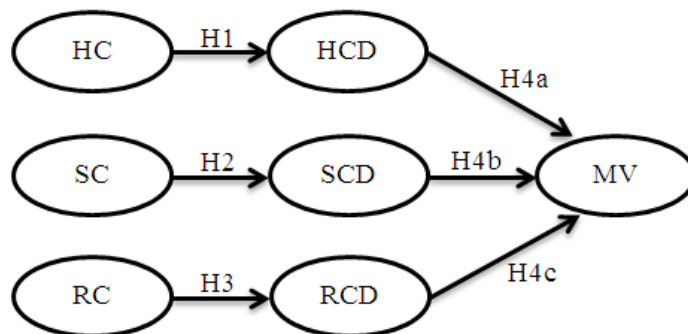
## 5. Nilai Pasar Perusahaan

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten (Susanti 2010). Nilai perusahaan secara umum adalah harga dari suatu perusahaan sebagaimana pengertian nilai perusahaan menurut Suad Husnan (2000) sebagai berikut: “Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual” (Hardianty 2012). Pengertian nilai perusahaan menurut Maurice, Thomas (2002) dalam Rustendi dan Jimmi (2008) sebagai berikut: “*Value of the firm is the price for which the firm can be sold, which equals the present value of future profits.*”

Dari pemaparan pengertian tersebut maka nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bringham Gapensi,1996), Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Susanti 2010). Dengan demikian perusahaan pasti akan selalu berusaha untuk meningkatkan nilainya.

## B. Kerangka Konseptual

Permasalahan yang akan dibahas di dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan *intellectual capital* yang terbagi menjadi tiga elemen terhadap *intellectual capital disclosure* serta pengaruh *intellectual capital* terhadap *market value* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Keterhubungan antara variabel ini menyebabkan munculnya HC, SC, dan RC sebagai variabel independen, ICD sebagai variabel dependen I dan *Market Value* sebagai variabel dependen II. Berikut gambaran kerangka konseptual penelitian ini.



### C. Pengembangan Hipotesis

#### 1. Hubungan Tingkat HC, SC, dan RC Terhadap HCD, SCD dan RCD

Pada penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Vergauwen (2007) dalam penelitiannya yaitu, “*Intellectual capital disclosure and intangible value drivers*” dengan total sampel 60 perusahaan dimana 20 perusahaan dari tiap negara yaitu, Swedia, Inggris, dan Denmark. Pemilihan sampel diambil dari ketiga Negara tersebut karena memiliki indeks IC yang tinggi di bagian Eropa. Hasil dari penelitian tersebut adalah ada korelasi yang sangat positif dan signifikan ditemukan hubungan antara tingkat SC terhadap pengungkapan SC di perusahaan, sedangkan hal sebaliknya terjadi pada HC dan RC. Sedangkan pada penelitian Ulum (2012) dengan judul “Investigasi Hubungan antara Kinerja Modal Intelektual dan Praktik Pengungkapannya dalam Laporan Tahunan Perusahaan” dengan sampel perusahaan publik yang mengungkapkan laporan tahunan tahun 2007 dan 2008 di website perusahaannya menemukan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja IC (VAIC) lebih baik, ternyata justru mengungkapkan informasi tentang IC lebih sedikit di dalam laporan tahunannya.

Perusahaan yang memiliki kinerja IC bagus memiliki kecenderungan untuk mengungkapkan lebih banyak IC (Ulum, 2012). Yang berarti sebaliknya jika kinerja IC rendah maka akan sedikit pula kemungkinan untuk mengungkapkan IC dalam informasi keuangan perusahaan. Dalam kasus IC yang baik perusahaan-perusahaan akan memiliki asimetri informasi

yang lebih tinggi dan diharapkan untuk mengatasi kesenjangan informasi ini dengan memberikan informasi lebih lanjut (Gray et al., 2004; Burgman and Roos, 2006, 2007) dalam Vergauwen (2007), ICD adalah salah satunya.

Sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya bahwa IC terbagi kedalam tiga elemen. Yaitu *Human Capital* (HC), *Structural Capital* (SC), *Relational Capital* (RC). Dari pendapat-pendapat diatas diketahui bahwa tingkat IC di sebuah perusahaan dapat memberikan dorongan kepada manajemen untuk pengungkapan terhadap IC perusahaan. Pengungkapan IC sendiri merupakan bagian dari pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat para pihak berkepentingan.

Dalam *signalling theory* sebagaimana dijelaskan penelitian Shehata (2014) untuk mengatasi asimetri informasi perusahaan akan memberikan sinyal informasi tertentu kepada investor untuk menunjukkan bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan lain di pasar untuk tujuan menarik investasi dan meningkatkan reputasi baik (Verrecchia, 1983). Penelitian yang dilakukan oleh Lina (2013) pada perusahaan intensif modal intelektual di Indonesia menunjukkan bahwa umur perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan modal intelektual. Penelitian tersebut menemukan pengaruh positif kinerja perusahaan dan tingkat pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan modal intelektual. Umur perusahaan diperkirakan menjadi faktor yang mempengaruhi praktik pengungkapan modal intelektual. Umur perusahaan merefleksikan bahwa

perusahaan tersebut dapat bertahan dalam kompetisi bisnis yang ada. Perusahaan yang dapat bertahan dalam kompetisi bisnis cukup lama, menandakan bahwa perusahaan tersebut dapat dengan baik mengelola kekayaan yang dimiliki. Kemampuan pengelolaan kekayaan yang dimiliki terletak pada modal intelektual yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Hasil dari pengelolaan kekayaan yang dimiliki dengan baik dapat membuat perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif dan bertahan dalam kompetisi bisnis yang ada. Kemampuan pengelolaan kekayaan yang baik, yang berujung pada eksistensi perusahaan di kompetisi bisnis, menunjukkan keberhasilan perusahaan. Atas keberhasilan tersebut perusahaan ingin mengungkapkan modal intelektual yang dimilikinya, yang dianggap sebagai faktor internal perusahaan yang membuat perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya dalam kompetisi bisnis. Pada penelitian Taliyang et al. (2011) dan Lina (2013) umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan modal intelektual . Maka informasi mengenai HC, SC, dan RC merupakan tiga komponen yang dapat menarik perhatian para investor. Penyebutan *human capital* untuk sumber daya manusia (SDM) sepertinya belum banyak dianut oleh pelaku bisnis, sementara peran SDM terhadap masa depan perusahaan sangat menentukan. Sudah saatnya para pemimpin perusahaan menyadari bahwa keuntungan yang diperoleh perusahaan sebenarnya berasal dari *human capital* (endri 2012). Maka dari pemaparan tersebut H1 dalam penelitian ini adalah.



H1: Tingkat *human capital* perusahaan berpengaruh positif terhadap *human capital disclosure*

SC sering disebut sebagai "modal organisasi", yaitu internal infrastruktur perusahaan (vergauwen 2007). Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka intellectual capital tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal (Sawarjono & Kadir, 2003). Benevene dan Cortini (2010) dalam penelitiannya mengatakan SC adalah infrastruktur yang mendukung untuk sumber daya manusia. Dengan baiknya internal infrastruktur maka akan dapat membentuk HC yang baik pula.

Pada penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Vergauwen (2007) dalam penelitiannya yaitu, "*Intellectual Capital Disclosure and Intangible Value Drivers*" dengan total sampel 60 perusahaan dimana 20 perusahaan dari tiap negara yaitu, Swedia, Inggris, dan Denmark. Pemilihan sampel diambil dari ketiga Negara tersebut karena memiliki indeks IC yang tinggi di bagian Eropa. Hasil dari penelitian tersebut adalah ada korelasi yang sangat positif dan signifikan ditemukan hubungan antara tingkat SC terhadap pengungkapan SC di perusahaan.

Dalam akuntansi terdapat teori yang disebut *capital need theory*. Menurut Choi (1973) *capital need theory* menunjukkan bahwa pengungkapan sukarela membantu dalam mencapai kebutuhan perusahaan untuk

meningkatkan modal dengan biaya rendah (Shaheta, 2014). Jika merujuk kepada capital need theory dan signaling theory sebagaimana yang dipaparkan sebelumnya maka, pengungkapan SC yang baik dalam pengungkapan sukarela selain meminimalkan *cost of capital* juga akan menjadi nilai untuk menarik perhatian investor. Maka Hipotesis selanjutnya adalah.

H2: Tingkat *structural capital* perusahaan berpengaruh positif terhadap *structural capital disclosure*

Elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. Relational capital merupakan hubungan yang harmonis/*association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut (Suwarjono & Kadir, 2003). Perusahaan menghabiskan sumber daya yang substansial untuk menciptakan dan memelihara hubungan dengan pelanggan (Gourio2010). RC sering disebut sebagai modal "eksternal" atau "reputasi" (vergauwen 2007).

Sebagaimana konsep signaling theory yaitu untuk menarik para investor, maka semakin baik reputasi sebuah perusahaan maka akan terlihat bagaimana perusahaan tersebut melakukan hubungan baik dengan para pihak-pihak yang berkepentingan. Monczka et al. (1998) dalam Sambasivan et al. (2011) berpendapat bahwa baik kualitas informasi dan partisipasi sangat penting bagi mitra bisnis untuk mengkoordinasikan kegiatan bisnis mereka

dan bekerja sama untuk memanfaatkan keunggulan kompetitif kolektif mereka. Ketika mitra bisnis berbagi tujuan bisnis yang sama, tujuan tersebut akan saling memiliki ketergantungan yang memungkinkan mitra untuk berkomunikasi atas peran dan fungsi dalam penyelesaian tugas. Pertukaran informasi yang efektif meningkatkan kinerja dan mempromosikan membangun kepercayaan dalam pengaturan kolaboratif. Dari pemaparan tersebut dan pemaparan-pemaparan sebelumnya maka, penulis mengambil kesimpulan bahwa perusahaan akan mengungkapkan kinerja yang baik dari RCnya untuk menginformasikan bahwa perusahaan memiliki performa yang baik dalam menjalin hubungan dengan pihak lain. Dari hal ini maka hipotesis berikutnya yaitu.

H3: Tingkat *relational capital* perusahaan berpengaruh positif terhadap *relational capital disclosure*

## 2. Pengaruh HCD, SCD, dan RCD Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Praktik akuntansi konservatisme menekankan bahwa investasi perusahaan dalam *intellectual capital* yang disajikan dalam laporan keuangan, dihasilkan dari peningkatan selisih nilai pasar dan nilai buku (A. Wicaksana, 2011). Semakin pasar efisien, maka semakin tinggi pula nilai pasar. Hal ini dikarenakan investor akan memberikan nilai yang tinggi pada perusahaan yang memiliki *intellectual capital* yang lebih besar (Yuniasih et. al., 2010) dalam Widarjo (2011). IC merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, maka IC akan memberikan Kontribusi

terhadap kinerja keuangan perusahaan serta nilai perusahaan (Chen et al. 2005).

Penelitian sebelumnya oleh Lang & Lundholm (2000) dalam Abdulmohammadhadi (2005) melaporkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan IC yang lebih tinggi akan mengalami kenaikan harga sebelum penawaran umum mereka. Oleh Orens (2009), yang menguji secara empiris dampak modal intelektual (IC) pelaporan berbasis web pada nilai perusahaan ditemukan bahwa, Pengungkapan IC yang lebih besar di benua Eropa dikaitkan dengan asimetri informasi yang lebih rendah, biaya tersirat lebih rendah dari modal dan tingkat yang lebih rendah dari bunga yang dibayarkan. Melihat dari potensi ICD dalam meningkatnya nilai pasar perusahaan maka, hipotesis berikutnya adalah:

H4a: HCD berpengaruh positif terhadap meningkatnya *market value* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H4b: SCD berpengaruh positif terhadap meningkatnya *market value* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H4c: HCD berpengaruh positif terhadap meningkatnya *market value* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **D. penelitian Terdahulu**

Peran penelitian-penelitian sebelumnya sangat berguna bagi penulis untuk melakukan penelitian ini lebih lanjut. Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu.

1. Shella Linda Kusumaning Wedari (2016)

Shella Linda Kusumaning Wedari (2016) yang berjudul “ *intellectual capital dan intellectual capital disclosure terhadap market performance pada perusahaan publik indeks LQ-45*”. Sampel pada penelitian ini 64 sampel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan masih terdapat di Indeks LQ 45 dari Tahun 2012-2014.

Hasil dari penelitian Ini menunjukkan bahwa memberikan hasil yang sesuai dengan hipotesis yang telah dinyatakan, dimana *intellectual capital* berpengaruh secara signifikan dan mampu memberi nilai tambah atau meningkatkan *market performance*. Hal ini tercermin melalui tingkat signifikansi tersebut berada dibawah 10%, berikut juga nilai koefisien beta yang terbukti positif. Sementara itu, pengujian *intellectual capital disclosure* terhadap *market performance* berhubungan negative dan signifikan.

2. Wicaksana Adityas (2011)

Wicaksana Adityas (2011) “Pengaruh *intellectual capital* terhadap pertumbuhan dan nilai pasar perusahaan pada perusahaan perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia”. Sampel sebanyak 25 sampel perusahaan perbankan.

Hasil dari penelitian Ini menunjukkan *intellectual capital* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pertumbuhan perusahaan .

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulum (2008), Diez et al. (2010), dan Solikhah (2010). Intellectual capital yang diakui sebagai aset perusahaan mampu menghasilkan keunggulan kompetitif sehingga perusahaan dapat survive dan terus berkembang untuk memaksimalkan kepentingan para *stakeholder*. *intellectual capital* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap konstruk nilai pasar perusahaan. Hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Solikhah (2010) dan Maditinos (2011). Terbukti bahwa semakin tinggi intellectual capital perusahaan perbankan, maka nilai perusahaan perbankan akan meningkat dan membuat sahamnya akan banyak diminati oleh investor sehingga permintaan akan saham perusahaan tersebut akan naik sehingga menyebabkan harga saham menjadi naik. Terbukti pula bahwa sektor industri perbankan adalah industri padat Intellectual Capital dan memiliki karakteristik karyawan yang lebih homogen.

3. Devanela Reditha Sekar Mayangsari (2016)

Devanela Reditha Sekar Mayangsari yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi prngungkapan modal *intellectual*”. Terdapat 89 perusahaan yang memenuhi kriteria dan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Hasil dari penelitian Ini Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis, yakni umur perusahaan berpengaruh positif terhadap praktik pengungkapan modal intelektual, tingkat pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap praktik pengungkapan modal intelektual,

konsentrasi kepemilikan tidak berpengaruh terhadap praktik pengungkapan modal intelektual, bahwa ukuran perusahaan yang merupakan variabel kontrol dalam penelitian ini berpengaruh positif terhadap praktik pengungkapan modal intelektual.

4. Andrean Indrajaya (2015)

Andrean Indrajaya (2015) yang berjudul “Pengaruh modal *intellectual* terhadap nilai perusahaan studi empiris diperusahaan manufaktur yang terdapat di bursa efek indonesia tahun 2011-2013”. Sampel digunakan 71 perusahaan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa modal *intellectual* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (PBV) dan *earning pershare* (EPS) akan tetapi modal *intellectual* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *price to earning pershare* (PER).