

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang melakukan aktifitasnya dengan tujuan utama yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan operasionalnya. Dari pengertian tersebut maka dapat dikatakan bahwa bukan hanya perusahaan yang membutuhkan *profit* akan tetapi juga para pemangku kepentingan. Melihat makin bertambah banyaknya perusahaan-perusahaan yang berdiri di Indonesia, maka persaingan untuk mendapatkan hati para investor akan semakin intensif. Menurut data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam websitenya [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) total emiten yang tercatat di BEI berjumlah 532 termasuk yang berstatus *suspend*.

Seiring perkembangan zaman, intensitas persaingan yang semakin tinggi memaksa sebagian besar perusahaan untuk meningkatkan aset yang dimilikinya untuk bisa mendapatkan laba yang besar. Sumber dan kekayaan terpenting perusahaan telah berganti dari aset berwujud menjadi modal intelektual. Perusahaan memanfaatkan segala aset yang dimiliki demi kelangsungan hidupnya agar tetap dapat melakukan persaingan dengan perusahaan lain. Tuntutan inovasi dalam bersaing sangat diperlukan, hal ini membuat para pelaku bisnis sadar bahwa persaingan bukan hanya terletak pada kepemilikan aset berwujud saja,

melainkan kepemilikan aset tidak berwujud. Aset tidak berwujud berupa sumber daya manusia, sistem informasi, pengelolaan organisasi, serta inovasi yang diciptakan oleh perusahaan

Dengan perkembangan jumlah perusahaan yang semakin dan makin ketatnya persaingan, dapat dikatakan bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi sebuah perusahaan terletak pada pertumbuhan aset strategis perusahaan. Barney dalam (Stiles dan Kulvisaechana 2004) mengamati bahwa peningkatan investasi dan pengelolaan aset strategis yang sangat berharga dan sulit untuk ditiru adalah jawaban untuk keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif yang dimaksud disini adalah hal-hal seperti sumber daya alam, teknologi, skala ekonomi, pangsa pasar dan lain sebagainya.

Salah satu *asset intangible* yang sangat penting di era informasi dan pengetahuan adalah modal intelektual. Modal intelektual (*intellectual capital*), oleh Nahapiet dan Goshal (1998; dalam Sugeng,2002), mengacu kepada pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu kolektivitas sosial, seperti sebuah organisasi, komunitas intelektual, atau praktek profesional. Modal intelektual mewakili sumber daya yang bernilai dan kemampuan untuk bertindak yang didasarkan pada pengetahuan.

Sedangkan menurut Klein dan Prusak (Stewart, 1997), modal intelektual adalah materi intelektual yang telah diformalisasikan, ditangkap, dan dimanfaatkan untuk memproduksi aset yang nilainya lebih tinggi. Setiap organisasi menempatkan materi intelektual dalam bentuk aset dan sumber daya,

perspektif, dan kemampuan eksplisit dan tersembunyi, data, informasi, pengetahuan, dan mungkin kebijakan.

Jadi, modal intelektual adalah pengetahuan (*knowledge*), tetapi tidak semua pengetahuan termasuk modal intelektual. Dengan demikian, cakupan modal intelektual adalah lebih sempit dari pengetahuan. Selain itu, pengetahuan tidak sama dengan ilmu pengetahuan (*science*). Untuk menguasai ilmu pengetahuan pada umumnya diperlukan gelar sarjana sedangkan untuk menguasai pengetahuan tidak perlu gelar sarjana. Modal intelektual adalah bagian dari pengetahuan yang dapat memberi manfaat bagi perusahaan. Manfaat di sini berarti bahwa pengetahuan tersebut mampu menyumbangkan sesuatu atau memberikan kontribusi yang dapat memberi nilai tambah dan kegunaan yang berbeda bagi perusahaan.

Kerangka akuntansi keuangan sekarang ini dikritik tidak memadai dan gagal mengkomunikasikan suatu aset yang paling penting dan sumber daya dari bisnis saat ini Seetharaman et al. (2002). Masalah dengan kerangka akuntansi keuangan khususnya tradisional adalah bahwa pelaporan tidak memiliki pengakuan nilai *Intellectual Capital* (IC) sehingga menciptakan kesenjangan informasi antara pihak perusahaan dan para pihak berkepentingan (Vergauwen 2007). *Intellectual Capital* adalah sesuatu yang memiliki nilai penting bagi perusahaan. Stewart (1997) mengatakan belum diakuinya suatu IC yang dimiliki perusahaan maka akan berdampak pada kenaikan suatu nilai kapitalisasi saham yang cukup tinggi dan adanya selisih nilai buku dan nilai kapitalisasi saham. Peristiwa tersebut menunjukkan terjadinya *missing value* pada laporan keuangan

suatu perusahaan yang berarti adanya informasi yang kurang dengan nilai tersebut (Astuti, 2005)

Abeysekera (2006) mengatakan salah satu faktor utama yang menyoroti pentingnya *Intellectual Capital* dalam perusahaan adalah untuk pergeseran fokus manajemen dari *tangible* ke *intangibile capital* ketika mempertimbangkan proses "*value creation*" dalam perusahaan. Menurut Mouritsen, (Larsen dan Bukh 2001), *value creation* adalah proses transformasi atau meningkatkan rutinitas dan praktik perusahaan. Penciptaan nilai bagi perusahaan adalah ketika perusahaan mampu menghasilkan sesuatu yang lebih dari sumber daya yang diinvestasikan. Dengan kata lain, apabila perusahaan mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sehingga sumber daya tersebut dapat menciptakan *value added* bagi perusahaan, maka hal ini disebut sebagai *value creation* (Pramelasari, 2010) Pergeseran akan hal tersebut bukan berarti hanya karena fokus dari manajemen akan tetapi buat para pihak yang <sup>berkepentingan</sup> dengan perusahaan. Pergeseran fokus dari *tangible* ke *intengible asset* juga telah diamati di kalangan pengguna informasi akuntansi, yang telah lebih jauh menonjolkan pentingnya pengungkapan IC (Abeysekera, 2006)

Pergeseran fokus dari *tangible* ke *intangibile capital* telah banyak diamati di kalangan pengguna informasi akuntansi. Penelitian sebelumnya tentang IC mengatakan bahwa menunjukkan bahwa ada peningkatan trend antara perusahaan untuk memberikan informasi tambahan pada aset nonfisik atas dasar sukarela (Vergauwen, 2007). Dengan menunjukkan tingkat IC secara sukarela kepada yang

berkepentingan maka akan mengurangi tingkat informasi asimetri. Semakin dibutuhkan informasi terhadap *intangible capital*, maka semakin menunjukkan pula pentingnya pengungkapan IC dalam laporan keuangan perusahaan.

Seperti yang dipaparkan sebelumnya bahwa tidak diungkapkannya *intellectual capital* akan terjadi nilai kapitalisasi saham yang cukup tinggi, maka dengan kata lain ada hubungan erat dari pengungkapan *intellectual capital* dengan nilai pasar. Meningkatnya kebutuhan investor akan pengungkapan sukarela dalam laporan keuangan menunjukkan bahwa perusahaan dengan pengungkapan IC yang lebih besar selain mengurangi asimetri informasi juga dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan (Orens et. al, 2009). Selain itu Chen et al, (2005) dalam penelitiannya mengatakan pengungkapan *Intellectual Capital* memiliki dampak positif terhadap *market value* dan kinerja keuangan sekaligus menjadi indikator pada kinerja keuangan di masa depan.

Modal Intelektual merupakan modal yang berbasis pada pengetahuan yang dimiliki oleh perusahaan di mana menjadikan modal tersebut sebagai faktor untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan. Model Intelektual juga merupakan sumber daya unik yang berbeda pada tiap perusahaan, sehingga tidak semua perusahaan dapat menirunya. Komponen dalam model intelektual dikelompokkan menjadi 3 yaitu modal sumber daya manusia, modal struktural dan modal penghubung. Modal sumber daya manusia meliputi pengetahuan, keahlian, kompetensi dan motivasi yang dimiliki karyawan. Modal struktural mencakup budaya perusahaan, komputer perangkat lunak, dan teknologi informasi. Sedangkan modal

penghubung meliputi loyalitas konsumen, pelayanan jasa terhadap konsumen, dan hubungan baik dengan pemasok. Para peneliti seperti Lestari (2010) berpendapat bahwa modal intelektual merupakan kunci penentu nilai perusahaan dan kinerja ekonomi nasional.

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. Sedangkan menurut Bontis (2000) pada umumnya para peneliti membagi *Intellectual capital* menjadi tiga elemen, yaitu: *Human Capital* (HC), *Structural Capital* (SC), dan *Customer Capital* (CC). Menurut Bontis et al. (2000) secara sederhana HC mempresentasikan *Individual 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).

Di Indonesia, *Intellectual Capital* mulai gencar terutama setelah diterbitkannya 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. Beberapa contoh dari aktiva tidak berwujud telah disebutkan dalam PSAK No. 19 (revisi 2000) antara lain ilmu

pengetahuan dan teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar dan merek dagang. Selain itu juga disebutkan piranti lunak komputer, hak paten, hak cipta, film gambar hidup, daftar pelanggan, hak penguasaan hutan, kuota impor, waralaba, hubungan dengan pemasok atau pelanggan, kesetiaan pelanggan, hak pemasaran, dan pangsa pasar (Pramelasari, 2010). Walaupun dalam PSAK tersebut tidak disebut jelas mengenai IC, tapi asset tidak berwujud telah mewakili bentuk dari IC itu sendiri.

Hendriksen (1991) mendefinisikan pengungkapan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian pasar modal yang efisien. Terdapat 2 jenis pengungkapan, pertama pengungkapan yang bersifat wajib (mandatory) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, sedangkan yang kedua merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Tujuan pengungkapan Intellectual Capital adalah untuk mencatat, mengelola dan mendokumentasikan proses berbasis pengetahuan serta menyediakan baik manajemen dan pemangku kepentingan yang relevan dengan informasi kualitatif dan kuantitatif baru (Warden, 2003).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar. Menurut Cecilia *et al.* (2015) nilai pasar dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Jadi, tingginya harga saham akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham,

sehingga semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Indikator dalam menilai saham perusahaan salah satunya menggunakan rasio *price to book value* (PBV). PBV digunakan untuk mengetahui seberapa besar harga saham yang ada di pasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya, semakin tinggi PBV menunjukkan perusahaan semakin dipercaya (Sutrisno, 2009:224). Semakin perusahaan dipercaya oleh publik, nilai perusahaan akan semakin tinggi.

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 nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (financing), dan manajemen asset.

Menurut Fama (1978) dalam Untung wahyudi et.al , nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai asset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan

dimasa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham, dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat.

Dari pemaparan-pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa *Human Capital* (HC), *Structural Capital* (SC), *Customer Capital* atau *Relational Capital* (CC/RC) adalah *intangibile capital* di suatu perusahaan yang akan menjadi penopang bagi keberlangsungan hidup perusahaan dan pentingnya pengungkapannya untuk nilai pasar perusahaan. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti hubungan tingkat *Intellectual Capital* terhadap *Intellectual Capital Disclosure*. Kemudian penulis akan mengaitkan pengaruh dari *Intellectual Capital Disclosure* Terhadap terhadap *Market Value* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada indek LQ 45. Bursa Efek Indonesia secara rutin memantau perkembangan kinerja komponen saham yang masuk dalam penghitungan indeks LQ45. Setiap tiga bulan sekali dilakukan evaluasi atas pergerakan urutan saham-saham tersebut. Penggantian saham akan dilakukan setiap enam bulan sekali, yaitu pada awal bulan Februari dan Agustus.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas maka permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah tingkat *human capital* perusahaan berpengaruh terhadap *human capital disclosure*?
2. Apakah tingkat *structural capital* perusahaan berpengaruh terhadap *structural capital disclosure*?
3. Apakah tingkat *relational capital* perusahaan berpengaruh terhadap *structural capital disclosure*?
4. Apakah *human capital disclosure* perusahaan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan?
5. Apakah *structural capital* perusahaan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan?
6. Apakah *relational capital* perusahaan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan?

## **C. Batasan Masalah**

Agar pembahasan dan masalah dalam penelitian ini tidak melebar kemana-mana maka penulis akan menfokuskan pembahasan akuntansi hanya pada *Intellectual Capital, Intellectual Capital Disclosure*, dan nilai perusahaan yang

merupakan pembahasan inti dari tulisan ini. Selain itu Informasi laporan tahunan beberapa perusahaan besar yang listing di Bursa Efek Indonesia akan menjadi pendukung dari permasalahan pada tulisan ini.

Untuk itu agar hasil penelitian terfokus pada permasalahan dan terhindar dari penafsiran hasil yang tidak diinginkan maka penulis akan membatasi masalah yaitu:

1. Variabel bebas yang diteliti adalah *Intellectual Capital* dan *Intellectual Capital Disclosure*.
2. Variabel terikat yang diteliti adalah nilai pasar perusahaan.
3. Perusahaan yang masuk didalam indeks saham LQ 45 dari tahun 2015-2016

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya maka adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah tingkat *human capital* perusahaan berpengaruh terhadap *human capital disclosure*?
2. Untuk mengetahui apakah tingkat *structural capital* perusahaan berpengaruh terhadap *structural capital disclosure*?
3. Untuk mengetahui apakah tingkat *relational capital* berpengaruh terhadap *relational capital disclosure* ?
4. Untuk mengetahui apakah *human capital disclosure* perusahaan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan?

5. Untuk mengetahui apakah, *structural capital disclosure* perusahaan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan?
6. Untuk mengetahui apakah *relational capital disclosure* perusahaan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan?

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat penulisan “Hubungan *Intellectual Capital* terhadap *Intellectual Capital Disclosure*” adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, untuk memberikan pengetahuan secara lebih mendalam tentang *Intellectual Capital*, elemen-elemennya, hingga pengungkapannya. pada perusahaan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia).
2. Bagi Akademisi, dapat menambah pengetahuan dan menjadi suatu informasi yang diharapkan dapat menjadi referensi pengembangan pengetahuan yang terkait *Intellectual Capital*, *Intellectual Capital Disclosure*, dan hubungannya dengan Nilai Pasar perusahaan.
3. Bagi Praktisi, dapat memberikan masukan akan pentingnya *Intellectual Capital* untuk perusahaan, terutama untuk pengungkapan *Intellectual Capital* dalam laporan keuangan perusahaan sebagai informasi tambahan yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan dan para pihak berkepentingan.



## BAB V

## PENUTUP

Pada bab akhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, keterbatasan dan saran-saran yang dapat dijadikan masukan dari berbagai pihak yang berkepentingan.