

**ANALISIS PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN ; SUATU
ANALISIS DENGAN PENDEKATAN *PARTIAL*
*LEAST SQUARES***

**(Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-
2010)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**ARIAWAN AJI RAHARDIAN
NIM. C2C007015**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : ARIAWAN AJI RAHARDIAN

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007015

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **ANALISIS PENGARUH
INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN ; SUATU
ANALISIS DENGAN PENDEKATAN
PARTIAL LEAST SQUARES (Studi Pada
Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2007-2010)**

Dosen Pembimbing : Wahyu Meiranto, SE. M.Si, Akt

Semarang, 20 Juni 2011

Dosen Pembimbing

(Wahyu Meiranto, SE. M.Si, Akt)

NIP. 19760522 200312 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Ariawan Aji Rahardian

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007015

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **Analisis Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Perusahaan ; Suatu Analisis Dengan Pendekatan *Partial Least Squares* (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 1 Juli 2011

Tim Penguji :

1. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt (.....)
2. Moh Didik Ardiyanto, S.E., M.Si., Akt (.....)
3. Daljono, S.E., M.Si., Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Ariawan Aji Rahardian, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN ; SUATU ANALISIS DENGAN PENDEKATAN *PARTIAL LEAST SQUARES* (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 20 Juni 2011
Yang membuat pernyataan

(Ariawan Aji Rahardian)

NIM. C2C007015

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

“Kunci penaklukan dunia adalah ‘mimpi’, dan kehidupan adalah pelajaran untuk memutar anak kunci tersebut.”

ABSTRACT

The purpose of this study is to provide empirical evidence about the effects of intellectual capital, identified using an input-process-output concept of human, customer, innovative and process capitals, on company performances. From a resource-based and intellectual capital perspective, the structural path model is applied to financial data to analyze the relationships among the four components of intellectual capital, as well as the causal effects of intellectual capital on company performance.

Data used in this study is secondary, financial reporting 2007-2010 from IDX. The population of this study are all companies listed in Indonesian stock exchange (IDX) from 2007-2010. The sample of this study are 22 companies, from various sectors, in 4 years, total are 88 companies. The sample drawn by purposive sampling and fulfill sample selection criterion.

The results of this research show that not all of intellectual capital component have significant effect to performance. Innovation capital have positive and significant effect to customer capital, while it has negative and significant effect to human capital. Process capital have positive and significant relationship to customer capital. Human capital have positive and significant relationship to company performance, while it have no significant relationship to customer capital. Customer capital has no significant effect to company performance.

Keywords: intellectual capital, innovation capita, process capital, human capital, customer capital and business performance

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh dari *intellectual capital*, yang diidentifikasi menggunakan konsep input-proses-output dari *human capital*, *customer capital*, *innovation capital* dan *process capital*, kepada kinerja perusahaan. Dari perspektif modal berbasis sumber daya dan intelektual, model jalur struktural diterapkan untuk data keuangan untuk menganalisis hubungan di antara empat komponen modal intelektual, serta efek kausal modal intelektual terhadap kinerja perusahaan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data dari laporan keuangan perusahaan tahun 2007-2010 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari 2007-2010. Sampel penelitian ini adalah 22 perusahaan, dari berbagai sektor, dalam 4 tahun sehingga total sampel 88 perusahaan. Sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling* dan yang memenuhi kriteria pemilihan sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua komponen *intellectual capital* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. *Innovation capital* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan *customer capital*, sementara *innovation capital* memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan *human capital*. *Process capital* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan *customer capital*. *Human capital* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, sementara *human capital* tidak memiliki hubungan signifikan dengan *customer capital*. *Customer capital* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja perusahaan.

Kata kunci : *intellectual capital*, *innovation capital*, *process capital*, *human capital*, *customer capital* dan kinerja perusahaan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT karena limpahan rahmat dan hidayah-Nya skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN ; SUATU ANALISIS DENGAN PENDEKATAN *PARTIAL LEAST SQUARES* (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010)** dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. HM. Nasir, M.Si, Akt. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang
2. Prof. Dr. Muchammad Syafruddin, M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
3. Marsono, S.E., M.Adv. Acc., Akt selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

4. Wahyu Meiranto, S.E, MSi, Akt selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak saran, bimbingan, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
6. Kedua orang tuaku, ayahku Susilo Toto Raharjo dan ibuku Amien Ariyatna Yusuf, yang selalu mencurahkan kasih sayang, perhatian, didikan dan contoh yang baik bagi penulis.
7. Adik adikku Irham Aulia Yahdian dan Ryan Rahman Hakim, terima kasih atas usahanya untuk membuat rumah selalu ramai dengan kekonyolan dan perilaku kalian.
8. Teman-temanku dari *Blacklist*, Abas, Deni, Hamid, Bose Setyana, Pungky, Pincuk, Agus, Asti dan Indun, persahabatan yang tetap kompak sejak masa-masa SMA.
9. Sobat The Galaus, si lucu (luar biasa culun) Hana, *weird guy* Bob, eyang Eko, my wingsman Amel, ki Eki, dan monyet Yeli. Terimakasih atas segala kegalauan dan kegilaan kalian selama ini, *you rock guys!*
10. Tim KKN Desa Selo Undip, Fajar, Adit, Ridho, Ris, Yayan, Julfrida, Maya, Saviera, Fadin, semoga kita bisa berkumpul lagi.

11. Geng gaje si bodat Jakson Poerba, bang syur Hari Suryono, Tangguh si tanggung, samin Stefanus Adrian dan emon Hari Utomo, tanpa kalian saya nggak akan bisa *survive* kuliah 4 tahun ini.
12. Teman2 geng poker SMA Nandi, Widy, Peggy, Mitha, Pamor, Andin, ayo kita kumpul lagi!
13. Kawan-kawan satu bimbingan pak Wahyu, Cha cha, antok, mammo, timo, tetap semangat mengejar kelulusan ya kawan!chayo!
14. Teman-teman dari EECC Dio, Sawitri, Ika, Siti, Zia, Agil, Yusuf, Yudha, Inggi dan Ina, semoga EECC tetap jaya dan terus maju kedepannya.
15. Sobat-sobat kampusku Iqbal, Azis, Titus, Rini, Ririn, Yogi, Irfan, Liya dkk.
16. Teman-teman satu angkatan, Akuntansi Reguler 1 2007, terima kasih untuk kebersamaannya selama ini.

Akhirnya kepada semua pihak yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terimakasih untuk semua kebaikan Anda. Hanya doa yang dapat Penulis panjatkan kepada Allah SWT, semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Semarang, 20 Juni 2011

Penulis,

Ariawan Aji Rahardian

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Masalah	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Resource Based Theory</i>	14
2.1.2 Konsep <i>Input-Process-Output</i>	17
2.1.3 <i>Intellectual Capital</i>	18
2.1.4 Komponen <i>Intellectual Capital</i>	19
2.1.4.1 Kapasitas Inovasi.....	22
2.1.4.2 Operasi yang Efisien	23
2.1.4.3 Hubungan Konsumen yang Baik	23
2.1.4.4 Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah	24
2.1.4.5 Kinerja Perusahaan.....	25
2.1.5 Pengukuran <i>Intellectual Capital</i>	26
2.1.6 Aplikasi Perspektif <i>Resource Based</i> ke dalam Perspektif <i>Intellectual Capital</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.4 Pengembangan Hipotesis	36
2.4.1 Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Hubungan Konsumen	

yang Baik	37
2.4.2 Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah.....	38
2.4.3 Pengaruh Operasi yang Efisien Terhadap Hubungan Konsumen yang Baik.....	39
2.4.4 Pengaruh Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah Terhadap Hubungan Konsumen yang Baik	40
2.4.5 Pengaruh Hubungan Konsumen yang Baik Terhadap Kinerja Perusahaan	41
2.4.6 Pengaruh Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah Terhadap Kinerja Perusahaan	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
3.1.1 Variabel Independen.....	44
3.1.1.1 Kapasitas Inovasi.....	44
3.1.1.2 Hubungan Konsumen yang Baik	46
3.1.1.3 Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah	47
3.1.1.4 Operasi yang Efisien.....	48
3.1.2 Variabel Dependen	49
3.2 Populasi dan Sampel.....	50
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.5 Metode Analisis.....	51
3.5.1 Inner Model.....	53
3.5.1 Outer Model	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.2 Analisis Data	58
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	58
4.2.1.1 Statistik Deskriptif Variabel Independen.....	59
4.2.1.1.1 Kapasitas Inovasi.....	59
4.2.1.1.2 Proses Operasi yang Efisien.....	61
4.2.1.1.3 Hubungan Konsumen yang Baik.....	62
4.2.1.1.4 Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah.....	63
4.2.1.2 Statistik Deskriptif Variabel Dependen	64
4.2.1.2.1 Kinerja Perusahaan.....	65
4.2.2 Analisis <i>Partial Least Square</i>	66
4.2.2.1 Menilai Outer Model	66
4.2.2.1.1 <i>Convergent Validity</i>	66
4.2.2.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	68
4.2.2.1.3 <i>Composite Reliability</i>	69
4.2.2.2 Menilai <i>Inner Model</i>	69
4.2.3 Pengujian Hipotesis	71

4.2.3.1	Pengujian Hipotesis 1	72
4.2.3.2	Pengujian Hipotesis 2	73
4.2.3.3	Pengujian Hipotesis 3	73
4.2.3.4	Pengujian Hipotesis 4	74
4.2.3.5	Pengujian Hipotesis 5	75
4.2.3.6	Pengujian Hipotesis 6	75
4.3	Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis.....	76
4.3.1	Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Hubungan Konsumen yang Baik	76
4.3.2	Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah.....	77
4.3.3	Pengaruh Operasi yang Efisien Terhadap Hubungan Konsumen yang Baik.....	78
4.3.4	Pengaruh Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah Terhadap Hubungan Konsumen yang Baik	79
4.3.5	Pengaruh Hubungan Konsumen yang Baik Terhadap Kinerja Perusahaan	79
4.3.6	Pengaruh Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah Terhadap Kinerja Perusahaan	80
BAB V PENUTUP		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	85
5.3	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 4.1 Ringkasan Sampel Penelitian.....	56
Tabel 4.2 Distribusi Sampel Berdasar Jenis Industri.....	57
Tabel 4.3 Distribusi Sampel Berdasarkan Jenis Usaha.....	58
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Independen.....	59
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Dependen.....	64
Tabel 4.6 <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i>	67
Tabel 4.7 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	68
Tabel 4.8 <i>Composite Reliability dan Average Variance Extracted</i>	69
Tabel 4.9 Nilai <i>R-Square</i>	70
Tabel 4.10 <i>Path Coefficient (Means, STDEV, T-Values)</i>	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik H1 <i>Path Coefficient (Means, STDEV, T-Values)</i>	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik H2 <i>Path Coefficient (Means, STDEV, T-Values)</i>	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik H3 <i>Path Coefficient (Means, STDEV, T-Values)</i>	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik H4 <i>Path Coefficient (Means, STDEV, T-Values)</i>	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik H5 <i>Path Coefficient (Means, STDEV, T-Values)</i>	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik H6 <i>Path Coefficient (Means, STDEV, T-Values)</i>	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Input-Process-Output Model</i>	17
Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian Cheng <i>et al</i> (2010)	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian dengan PLS	52
Gambar 4.1 Model Struktural dengan <i>Partial Least Squares</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Daftar Perusahaan Sampel.....	92
LAMPIRAN B <i>PLS Algorithm Report</i>	93
LAMPIRAN C <i>PLS Bootstrapping Report</i>	94

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis saat ini telah mengalami perubahan radikal dari ekonomi berbasis produksi menjadi ekonomi berbasis pengetahuan (Drucker, 1993 ; Powell dan Snelman, 2004 dalam Huang dan Wu, 2010). Pada ekonomi berbasis pengetahuan ini keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan tidak lagi ditentukan oleh kepemilikan dan penggunaan faktor-faktor produksi konvensional seperti mesin-mesin atau tenaga kerja lainnya, tetapi lebih pada penggunaan faktor produksi berbasis pengetahuan, inovasi, dan teknologi. Agar dapat bertahan, perusahaan mengubah bisnisnya yang pada awalnya didasarkan pada tenaga kerja (*labor based business*) menjadi *knowledge based business* (bisnis berdasarkan pengetahuan) yang memiliki karakteristik utama ilmu pengetahuan (Sawarjuwono dan Kadir, 2003).

Knowledge based business ditandai dengan penyebaran informasi dan data secara luas dan lebih cepat. Konsekuensi dari perubahan ini sudah jelas, perusahaan harus bertindak sebagai agen yang mampu untuk menciptakan dan mengelola pengetahuan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dalam bentuk manajemen pengetahuan (*knowledge management*). Davenport dan Prusak (2000) dalam Amalia dan Nugroho (2011) menyatakan bahwa perusahaan harus mampu

untuk memformulasikan dan mengelola berbagai strategi agar dapat memanfaatkan potensi maksimal dari pengetahuan yang dimilikinya. Hal ini meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap kepemilikan sumber daya yang berbasis pengetahuan sebagai faktor utama untuk mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan (Ting dan Lean, 2009).

Menurut Barney (1991), keunggulan kompetitif didapat dengan mengimplementasikan strategi yang mengeksploitasi keunggulan internal perusahaan, merespon kesempatan dari lingkungan sekitar dan menetralkan ancaman dari luar. 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. Kesuksesan dalam *knowledge based business* lebih ditentukan bagaimana perusahaan dapat mengintegrasikan dan memanfaatkan inovasi dan pengetahuan yang dimiliki secara efektif dan sinergis (Dougherty, 1992 ; Nonaka, 1992 dalam Tenkasi, 1996).

Dengan meningkatnya peran dari *knowledge* sebagai aset yang vital bagi perusahaan, identifikasi dan pengelolaannya dalam bentuk *intangible asset* dirasa makin penting. Namun, hal ini tidak diimbangi dengan pelaporan dan identifikasi yang jelas dalam praktik akuntansi tradisional yang ada saat ini. Menurut Canibao *et al* (2001), banyak investasi perusahaan pada berbagai *intangible asset* tidak

dapat ditemukan pada neraca karena adanya keterbatasan dalam kriteria akuntansi untuk pengakuan dan penilaian aset tersebut. *Intangible asset* yang baru seperti kompetensi staf, hubungan konsumen, model simulasi, sistem administrasi dan komputer tidak mendapatkan pengakuan dalam model keuangan tradisional dan pelaporan manajemen (Stewart, 1997 dalam Hong *et al*, 2007).

Akibat dari tidak dilaporkannya *intangible asset*, laporan keuangan perusahaan menjadi kurang informatif karena tidak melaporkan semua nilai perusahaan secara utuh. Bagi perusahaan yang sebagian besar asetnya berbentuk modal intelektual seperti bank misalnya, tidak adanya informasi mengenai modal intelektual dalam laporan keuangan akan menyesatkan, karena dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan (Satria, 2010). Model akuntansi tradisional, yang asalnya dikembangkan bagi perusahaan yang aktivitasnya terfokus pada aktivitas manufaktur dan pengolahan sumber daya alam, harus diperluas cakupannya agar dapat mencakup *intangible asset* dalam pelaporannya. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran *intangible asset* adalah pendekatan *intellectual capital* yang telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai bidang, baik manajemen, teknologi informasi, sosiologi, maupun akuntansi (Petty dan Guthrie, 2000).

Intellectual capital diidentifikasi sebagai kesatuan dari beberapa jenis *intangible asset* yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan penciptaan nilai dalam perusahaan (Roos dan Roos, 1997; Bontis, 1998; Marr dan Roos, 2005; Subramaniam dan Yound, 2005 dalam Huang dan Wu, 2010). *International*

Federation of Accountants (IFAC) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai sinonim dari *intellectual property* (kekayaan intelektual), *intellectual asset* (aset intelektual), dan *knowledge asset* (aset pengetahuan), modal ini dapat diartikan sebagai saham/modal yang berbasis pengetahuan yang dimiliki perusahaan. IFAC juga mengestimasi bahwa saat ini nilai perusahaan lebih ditentukan atas manajemen atas *intellectual capital*, tidak lagi terhadap aset tetap. Belkaoui (2003), menyatakan bahwa *intellectual capital* dapat dipandang sebagai interaksi dari *human capital*, *structural capital* dan *customer capital*.

Bontis *et al* (2000) menyebutkan *human capital* sebagai representasi dari *individual knowledge stock* suatu organisasi yang diwakili oleh karyawannya. Secara umum, *human capital* menghasilkan inovasi, melalui penemuan produk dan penyediaan jasa yang baru atau meningkatkan proses bisnis perusahaan yang telah ada. *Structural capital* adalah pengetahuan yang dimiliki oleh perusahaan dalam bentuk teknologi, penemuan baru, data, publikasi dan prosedur internal. *Customer capital* adalah pengetahuan yang melekat dalam *marketing channels* dan *customer relationship* dimana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalannya bisnis (Bontis *et al*, 2000).

Intellectual capital sendiri menjadi sebuah topik yang menarik untuk diteliti mengingat perannya yang makin vital pada perusahaan saat ini. Menurut pandangan tradisional, aset yang berharga bagi perusahaan berupa aset fisik berupa tanah, tenaga kerja dan modal, dan aset-aset tersebut dianggap sebagai penentu seberapa baik kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang bergerak di

bidang *software*, keuangan, farmasi, perhotelan sangat bergantung pada *intellectual capital* untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi dan manufaktur mengombinasikan *intellectual capital* dengan aset fisik untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. *Intellectual capital*, yang meliputi sumberdaya dan kemampuan perusahaan yang berharga, sulit untuk ditiru dan bersifat tak tergantikan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif dan kinerja yang superior dibandingkan perusahaan yang tidak menggunakannya (Barney, 1991).

Wang dan Chang (2005) mengakui *intellectual capital* sebagai penentu utama daya saing serta pertumbuhan nilai perusahaan. Meningkatnya ekonomi yang berbasis pengetahuan membuat peran dari akuntansi tradisional dan sistem pengukuran kinerja yang ada saat ini menjadi kurang berarti dan muncul kebutuhan perspektif baru untuk mengukur kinerja perusahaan yang menggunakan *intellectual capital* sebagai sumberdaya utama untuk tumbuh (Kamath, 2007). Hal ini memicu peneliti membuat banyak penelitian untuk mengukur kinerja *intellectual capital* dalam perusahaan.

Beberapa penelitian tentang *intellectual capital* telah membuktikan bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan (Bollen *et al*, 2005 ; Muhammad dan Ismail, 2009 dan Chen *et al*, 2005). Hal ini memang memungkinkan secara teoritis karena perusahaan yang mengelola *intellectual capital*-nya dengan baik dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan. Pengelolaan sumberdaya *intellectual capital* sendiri terdiri

dari tiga dimensi, yaitu *value creation*, *value extraction* dan *value reporting*. Manajemen *intellectual capital* yang efektif memastikan bahwa tiga dimensi tersebut dikelola secara seimbang untuk memastikan tercapainya tujuan perusahaan. *Value creation* membuat *intellectual capital* dapat menjadi sumber daya yang "nyata" sehingga dapat digunakan secara efektif, *value extraction* membawa sumber daya *intellectual* menjadi suatu hal yang dapat memberikan nilai pada perusahaan dan *value reporting* membuat *intellectual capital* dapat dilaporkan secara tepat sesuai dengan nilainya kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan.

Chen *et al* (2005) menggunakan model Pulic (VAIC) untuk menguji hubungan antara *intellectual capital* dengan nilai pasar dan kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan sampel perusahaan publik di Taiwan. Kinerja keuangan yang digunakan adalah *market-to-book value*, *ratios of equity*, *return of equity*, *return on assets*, *growth in revenue* dan *employee productivity*. Hasilnya menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh secara positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Bahkan penelitian ini dapat dijadikan indikator untuk memprediksi kinerja keuangan perusahaan di masa mendatang.

Penelitian lain yang menguji hubungan *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan dilakukan oleh Firer dan Williams (2003). Mereka menguji hubungan kinerja perusahaan dengan *intellectual capital* menggunakan metode VAIC. Hasilnya mengindikasikan bahwa hubungan antara efisiensi dari *value added intellectual capital* dan tiga dasar ukuran kinerja perusahaan yaitu *profitability*,

productivity dan *market valuation* secara umum adalah terbatas dan *mixed*. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa sumberdaya fisik merupakan faktor yang paling berpengaruh pada perusahaan di Afrika Selatan.

Kumukama *et al* (2011) menyelidiki hubungan antara efek mediasi dari keunggulan kompetitif di hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja finansial di 78 perusahaan pembiayaan skala mikro di Uganda. Penelitian ini menggunakan data primer dengan survei pada pekerja di perusahaan tersebut untuk mengukur persepsi mereka mengenai *human capital*, *structural capital* dan *relational capital*. Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder melalui laporan keuangan perusahaan yang telah diaudit. Hasil penelitian tersebut menunjukkan keunggulan kompetitif memiliki dampak mediasi positif untuk meningkatkan hubungan antara kinerja perusahaan dan *intellectual capital* yang dimiliki industri pembiayaan skala mikro di Uganda.

Selain di luar negeri, beberapa penelitian untuk meneliti hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja perusahaan di Indonesia juga pernah dilakukan. Ulum (2008) meneliti hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI selama tahun 2004-2006, dan didapat pengaruh dari *intellectual capital* (VAIC) terhadap kinerja. Dalam penelitiannya, Ulum (2008) mengajukan tiga hipotesis, yaitu *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan masa depan dan rata-rata pertumbuhan *intellectual capital* (ROGIC) berpengaruh terhadap kinerja keuangan masa depan perusahaan. Hasil

penelitiannya membuktikan bahwa *intellectual capital* (VAIC) berpengaruh pada kinerja keuangan masa kini dan masa depan perusahaan, sedangkan hipotesis ketiga tidak terbukti karena tidak ada pengaruh ROGIC terhadap kinerja keuangan masa depan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Sabeni (2005) meneliti tentang hubungan antara *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital*, *structural capital* dan *customer capital* dengan kinerja bisnis menggunakan kuesioner pada perusahaan di Jawa Tengah. Penelitian ini meneliti hubungan antar komponen *intellectual capital* dan bagaimana hubungan antar komponen tersebut dapat mempengaruhi kinerja bisnis. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antar komponen *intellectual capital* dan dapat menghasilkan peningkatan kinerja bisnis.

Penelitian terdahulu yang meneliti kinerja *intellectual capital* memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagian besar menggunakan metode VAIC yang dikembangkan oleh Pulic (2000). Metode ini berfokus pada nilai tambah (*value added*) yang didapat dari selisih antara input dan output dan mengukur *intellectual capital* perusahaan sebagai sebuah efisiensi dari *value added* yang ada sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan. *Value added* ini dipengaruhi oleh efisiensi dari *human capital*, *structural capital* dan *physical capital*.

Kekurangan dari metode VAIC ini adalah *structural capital* yang digunakan untuk menghitung efisiensi *structural capital* pada perusahaan tidak

mencerminkan nilai sesungguhnya (Chen *et al*, 2005). Metode VAIC tidak secara jelas menghitung *structural capital* perusahaan karena hanya memperhitungkan *structural capital* sebagai selisih dari *value added* dan *human capital* yang ada, tanpa memperhitungkan secara spesifik komponen-komponen *structural capital* yang dimiliki perusahaan. Metode ini juga tidak memperhitungkan bentuk *innovative capital* dan *relational capital/customer capital* yang dimiliki perusahaan, padahal inovasi dan relasi dengan konsumen merupakan hal yang vital bagi perusahaan saat ini. *Innovative capital* dapat diproksikan oleh beban *R&D* dan *customer capital* dapat diproksikan oleh beban penjualan/pengiklanan perusahaan. Chen *et al* (2005) mengemukakan bahwa biaya *R&D* dan biaya iklan merupakan bagian penting dalam industri saat ini. Biaya *R&D* merupakan pemicu utama kemajuan teknologi dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan biaya iklan digunakan untuk mempromosikan nilai dan produk perusahaan. Chauvin dan Hirscey (1993) lebih jauh menemukan bahwa biaya pengiklanan dan *R&D* secara konsisten memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai pasar perusahaan.

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. Apabila hubungan antar komponen *intellectual capital* dapat dipahami secara lebih jelas, peningkatan kinerja perusahaan dapat dicapai dengan mengelola komponen

intellectual capital mana yang paling berpengaruh pada perusahaan, misalnya dengan menginvestasikan lebih banyak sumberdaya pada komponen *intellectual capital* tersebut (Wang dan Chan, 2005).

Penelitian ini berusaha memperluas konteks hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan dengan menggunakan model penelitian yang dikembangkan oleh Cheng *et al* (2010) yang menggabungkan perspektif *intellectual capital* kedalam proses penciptaan nilai yang berbasis pada *resource based theory* dan konsep *input – process – output*. Cheng *et al* (2010) menyatakan bahwa dengan menggunakan empat komponen *intellectual capital*, yaitu *human capital*, *process capital*, *innovation capital* dan *customer capital*. Secara spesifik yaitu kapasitas inovasi, operasi yang efisien, sumber daya manusia yang bernilai tambah dan hubungan konsumen yang baik sebagai proksi dari masing-masing komponen *intellectual capital* di atas, dapat dibuat sebuah model pengukuran *intellectual capital* dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) dimana keempat komponen *intellectual capital* tersebut dianalisis secara simultan untuk mencari interaksi dan hubungan antar komponen *intellectual capital* tersebut yang akhirnya dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Cheng *et al* (2010). Adapun perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah data penelitian ini didapat dari perusahaan di semua sektor yang telah *go-public* dan *listed* di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2007 sampai tahun 2010. Selain itu, Cheng *et al*

(2010) menggunakan AMOS sebagai alat analisisnya, sedangkan pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square*.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan mengambil judul “ **Analisis Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Perusahaan ; Suatu Analisis Dengan Pendekatan *Partial Least Squares* (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010)**“

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kapasitas inovasi berpengaruh terhadap hubungan konsumen yang baik?
2. Apakah kapasitas inovasi berpengaruh terhadap sumber daya manusia yang bernilai tambah?
3. Apakah operasi perusahaan yang efisien berpengaruh terhadap hubungan konsumen yang baik?
4. Apakah sumber daya manusia yang bernilai tambah berpengaruh terhadap hubungan konsumen yang baik?
5. Apakah hubungan konsumen yang baik berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

6. Apakah sumber daya manusia yang bernilai tambah berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kapasitas inovasi terhadap hubungan konsumen yang baik.
2. Untuk menganalisis pengaruh kapasitas inovasi terhadap sumber daya manusia yang bernilai tambah.
3. Untuk menganalisis pengaruh operasi perusahaan yang efisien terhadap hubungan konsumen yang baik.
4. Untuk menganalisis pengaruh sumber daya manusia yang bernilai tambah terhadap hubungan konsumen yang baik.
5. Untuk menganalisis pengaruh hubungan konsumen yang baik terhadap kinerja perusahaan.
6. Untuk menganalisis pengaruh sumber daya manusia yang bernilai tambah terhadap kinerja perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis :

1. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh dari kepemilikan aset *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan yang terdaftar di Indonesia, sehingga diharapkan dapat menambah literatur mengenai *intellectual capital* di Indonesia.

1.4.2 Manfaat praktis :

1. Memberikan masukan bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaannya, khususnya dengan mengelola *intellectual capital* yang dimiliki agar dapat terus berkembang di pasar global saat ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang digunakan untuk membahas masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Mencakup teori-teori dan penelitian terdahulu yang mendukung perumusan hipotesis serta analisis hasil-hasil penelitian lainnya.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

Bab IV : HASIL dan PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pengujian atas hipotesis yang dibuat dan penyajian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku.

Bab V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian serta saran bagi penelitian sejenis berikutnya, dan juga implikasi penelitian terhadap praktik yang ada.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Resource-Based Theory*

Untuk menjelaskan *resource based theory* pertama-tama harus ada definisi yang jelas mengenai sumber daya perusahaan. Daft (1983) dalam Barney (1991) mendefinisikan sumber daya perusahaan sebagai semua aset, kemampuan, proses organisasional, informasi dan pengetahuan yang dikendalikan oleh perusahaan yang menyebabkan perusahaan mampu untuk mengimplementasikan berbagai strategi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. *Resource based theory* lalu dikembangkan untuk memahami bagaimana perusahaan mencapai keunggulan kompetitif. Teori ini berfokus pada gagasan bahwa sumber daya perusahaan yang tidak mudah untuk ditiru oleh para kompetitor dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif dan kinerja yang superior (Barney, 1986 ; Conner, 1991 ; Hamel dan Prahalad, 1996 dalam Caldeira dan Ward, 2001).

Resource Based Theory (RBT) membahas mengenai sumberdaya yang dimiliki perusahaan, dan bagaimana perusahaan dapat mengembangkan keunggulan kompetitif dari sumberdaya yang dimilikinya. Cheng *et al* (2010) menjelaskan bahwa dalam teori RBT ini, untuk mengembangkan keunggulan kompetitif, perusahaan harus memiliki sumberdaya dan kemampuan yang

superior dan melebihi para kompetitornya. Calderira dan Ward (2001) menambahkan, sumber daya perusahaan yang sukar untuk dimiliki, atau yang membutuhkan proses yang rumit untuk mendapatkannya dapat menjadi keunikan perusahaan tersebut. RBT berfokus pada sumberdaya dan pengelolaannya dalam organisasi yang akhirnya mengarah pada penciptaan nilai dan disiplin manajemen strategis (Peppard dan Rylander, 2001)

Keunggulan kompetitif dan kinerja yang baik berhubungan dengan bagaimana perusahaan mendapatkan, mengelola dan menggunakan aset-aset yang bersifat strategis, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, yang berperan vital dalam mengembangkan keunggulan kompetitif perusahaan dan mencapai kinerja finansial yang baik.

Grant (1991) menjelaskan bahwa terdapat empat karakteristik dari sumberdaya dan kemampuan perusahaan, yang pada saat yang sama, menjadi penentu keunggulan kompetitif perusahaan yang berkelanjutan. Karakteristik tersebut adalah:

- a) Daya tahan, walaupun faktor ini bervariasi tergantung pada sumberdaya masing-masing, fakta bahwa kemajuan teknologi yang semakin canggih mengurangi umur efektif dari hampir semua sumberdaya yang ada.
- b) Transparansi, kemampuan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif sangat bergantung pada kecepatan perusahaan lain untuk meniru strategi perusahaan, kemampuan tertentu yang dimiliki perusahaan yang rumit dan membutuhkan banyak sumberdaya tertentu akan lebih sulit

untuk dipahami dan ditiru dibandingkan dengan kemampuan perusahaan yang hanya membutuhkan satu sumberdaya saja, sehingga kepemilikan atas sumberdaya unik yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dapat dipertahankan.

- c) Kemampuan transfer, apabila sebuah perusahaan dapat mendapatkan sumberdaya atau kemampuan untuk meniru keunggulan kompetitif dari pesaing yang lebih unggul, sehingga mengakibatkan keunggulan kompetitif pesaing tersebut lalu menghilang karena telah dapat ditiru. Terkadang *transferability* / perpindahan keunggulan kompetitif ini hanya bisa didapat dari akuisisi atau penguasaan atas perusahaan lain. Makin tinggi tingkat kemampuan transfer, makin rendah keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan.
- d) Replikabilitas, cara lain untuk mendapatkan sumberdaya adalah dengan investasi internal, karena beberapa jenis kemampuan dan sumberdaya tertentu dapat dengan mudah ditiru. Dengan investasi internal, keunggulan kompetitif dapat dipertahankan dari upaya peniruan oleh pesaing.

Lebih jauh Cheng *et al* (2010) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan didapat dari kemampuan perusahaan untuk menyusun dan mengeksploitasi berbagai kombinasi tertentu dari sumberdaya perusahaan. Sumberdaya tersebut dapat berwujud maupun tidak berwujud, dan sumberdaya tersebut mewakili input dalam proses produksi perusahaan ; modal, perlengkapan, keahlian dari pegawai, paten, pembiayaan dan manajer yang berbakat. Seiring

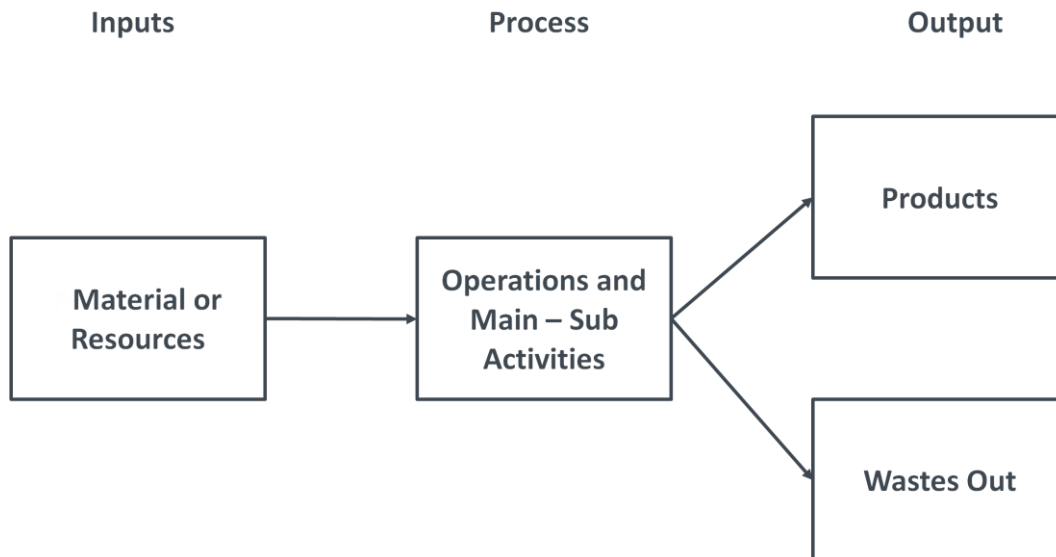
dengan meningkatnya efektivitas dan kemampuan perusahaan, jumlah sumberdaya yang dibutuhkan cenderung makin membesar. Melalui penggunaan yang terus menerus, kemampuan tersebut, yang didefinisikan sebagai kemampuan dari beberapa jenis sumberdaya untuk melakukan pekerjaan atau aktivitas secara terus menerus, akan makin sulit untuk dipahami dan ditiru para pesaing.

2.1.2 Konsep *Input – Process – Output*

Konsep *input process output* adalah langkah-langkah yang diambil perusahaan untuk mengubah bahan mentah kemudian diproses menjadi barang jadi sampai ke tangan konsumen.

Dalam gambar 1.1 dapat dilihat konsep *input – process – output* secara lebih jelas. Proses produksi dimulai dari input sumberdaya mentah yang digunakan oleh perusahaan kemudian diolah dalam proses produksi, hingga akhirnya bahan mentah tersebut menjadi barang jadi ataupun jasa dan residu atau sisa hasil produksi

Gambar 2.1
Input – Process – Output Model



Sumber : <http://www.docstoc.com/docs/4220218/Input-Process-Output-Diagram-Inputs-Materials-or-Resources-Processes>

Stonebreaker dan Leong (1994) menjelaskan bahwa proses yang terjadi dalam rantai ini dapat dilihat sebagai suatu aktivitas yang sekuensial atau berkelanjutan. Input yang berupa modal, sumber tenaga, dan pengetahuan ditransformasikan menjadi barang jadi pada output. Barang jadi hasil output ini dapat dijadikan sumberdaya input pada siklus produksi berikutnya. Proses ini terus diulang melewati rantai produksi sampai barang atau jasa tersebut diberikan pada pembeli akhir. Pada tiap tahap proses ini, nilai tambah ditambahkan pada sumberdaya yang dijadikan input.

Proses ini merupakan inti dari bisnis dan menjadi bagian utama dari kegiatan perusahaan sehari-hari. Proses pencampuran pada tiap tahap produksi menambahkan nilai tambah tersendiri pada output. Jumlah nilai tambah yang ditambahkan bervariasi sesuai produksi yang dilakukan, dan nilai tambah tersebut

harus diakui oleh pasar agar memiliki nilai yang dapat dijual (Stonebreaker dan Leong, 1994).

2.1.3 *Intellectual Capital*

Klein dan Prusak dalam Sawarjuwono (2003) menyatakan pendapat mengenai definisi *intellectual capital* yang kemudian menjadi standar pendefinisian *intellectual capital* :

“ ... we can define intellectual capital operationally as intellectual material that has been formalized, captured, and leveraged to produce a higher value asset”

Dalam kajian mengenai *intellectual capital*, banyak definisi yang telah diajukan oleh para peneliti. Pendapat awal lain mengenai definisi *intellectual capital* dinyatakan oleh Stewart, 1991 (dalam Ulum, 2009) :

“the sum of everything everybody in your company knows that gives you a competitive edge in the market place. It is intellectual material – knowledge, information, intellectual property, experience – that can be put to use to create wealth”

Edvinsson dan Malone (1997) dalam Huang dan Liu (2009) menyebutkan bahwa *intellectual capital* adalah suatu jenis kontrol atas pengetahuan, pengalaman yang bersifat empiris, teknik organisasi, hubungan dengan pelanggan dan keahlian profesional. Hal tersebut akan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Bukh *et al* (2005) dalam Ulum (2009) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, proses atau teknologi yang mana perusahaan dapat menggunakannya dalam proses penciptaan

nilai bagi perusahaan. Marr (2004) mempertimbangkan *intellectual capital* sebagai sebuah penggerak keunggulan kompetitif dan penghubung kemampuan perusahaan untuk mengatur dan memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki perusahaan.

2.1.4 Komponen *Intellectual Capital*

Peneliti terdahulu pada umumnya menyatakan bahwa *intellectual capital* terdiri dari tiga komponen utama (Sveiby, 1997 ; Brooking, 1997 ; Edvinsson dan Malone, 1997 ; Bontis, 1998 ; Sullivan, 1998 dalam Choong, 2008), yaitu :

1. *Human Capital*

Human capital adalah inti dalam *intellectual capital* itu sendiri. Garcia-Meca (2006) dalam Choong (2008) menyatakan *Human capital* berhubungan dengan keahlian, bakat dan sikap karyawan yang dilaporkan secara luas. Chen *et al* (2004) lebih jauh menyatakan bahwa *human capital* berhubungan dengan pengetahuan dan keahlian yang ada dalam pikiran karyawan, dan apabila perusahaan tidak dapat memanfaatkan karyawan tersebut, pengetahuan dan keahlian karyawan tersebut akan terbuang sia-sia dan tidak dapat diterjemahkan menjadi suatu nilai bagi perusahaan.

Faktor lain dalam *human capital* ini adalah kreativitas yang menjadi inti dalam pengembangan perusahaan di masa depan. Walaupun banyak peneliti yang menggolongkan *human capital* sebagai komponen dari *intellectual capital*, tidak

seperti komponen *intellectual capital* lainnya, secara teknis dan hukum, *human capital* tidak dapat dimiliki perusahaan secara sepenuhnya (Edvinsson dan Malone, 1997 ; Stewart, 1998 dalam Choong, 2008).

2. *Structural Capital*

Wang dan Chan (2008) mendeskripsikan bahwa *structural capital* memiliki hubungan dengan sistem dan struktur perusahaan yang dapat membantu karyawan untuk mencapai kinerja intelektual maksimal mereka, sehingga kinerja perusahaan secara keseluruhan dapat meningkat. Secara lebih detail, *structural capital* dapat diklasifikasikan menjadi budaya perusahaan, struktur organisasi, pembelajaran organisasi, proses operasional perusahaan dan sistem informasi. Edvinsson dan Malone (1997) dalam Cheng *et al* (2010) lebih jauh memisahkan *structural capital* menjadi *innovation capital* dan *process capital*.

Innovation capital, menurut model Skandia Navigator (1997) dalam Chen *et al* (2004), adalah bagian dari *structural capital*, dan menunjukkan pentingnya inovasi pada era ekonomi baru saat ini. Chen *et al* (2004) menambahkan bahwa inovasi bukanlah bagian dari *structural capital* dan *innovation capital* yang tidak dapat muncul begitu saja karena *innovation capital* terbentuk dan berkembang dari gabungan dan interaksi antara *structural capital* dan *human capital*. Dengan meningkatnya peran pengetahuan sebagai penentu keunggulan kompetitif perusahaan saat ini, *innovation capital* telah menjadi alat utama untuk pengembangan perusahaan secara berkelanjutan. *Process capital* adalah proses sehari-hari yang terjadi pada perusahaan, meliputi kegiatan produksi, prosedur

internal dan segala aktivitas yang dilakukan berbagai bagian perusahaan. Wang dan Chang (2005) menyatakan bahwa *process capital* bergantung pada karyawan yang menjalankan kegiatan operasional perusahaan sehari-hari. Lebih jauh, Chen *et al* (2004) menyebutkan bahwa proses operasional ini didapat dari pengalaman perusahaan selama bertahun-tahun untuk menghasilkan proses operasi yang paling efisien dan mengurangi biaya yang dikeluarkan perusahaan

3. *Relational Capital*

Belkaoui (2003) mendefinisikan *Relational capital* sebagai semua sumberdaya yang berkaitan dengan hubungan dengan pihak-pihak eksternal perusahaan, misalnya pelanggan, supplier atau partner dalam penelitian dan pengembangan. *Relational capital* sendiri terdiri dari bagian dari *human* dan *structural capital* yang terlibat dalam hubungan perusahaan dengan para *stakeholder* perusahaan : kreditor, supplier, konsumen dan investor, ditambah dengan persepsi mereka mengenai perusahaan.

2.1.4.1 Kapasitas Inovasi

Inovasi, yang merupakan transformasi dari pengetahuan yang dimiliki perusahaan menjadi produk baru, proses dan servis pada konsumen, melibatkan lebih dari sekedar ilmu pengetahuan dan teknologi (Gans dan Stern, 2003). Hal ini melibatkan bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen. Peningkatan pemasaran, jalur distribusi produk maupun servis pada konsumen

merupakan bentuk inovasi yang sama pentingnya dengan pengembangan produk yang dilakukan di laboratorium.

Kapasitas inovasi digunakan sebagai indikator untuk mengukur kinerja teknologi dan potensi dari inovasi dalam suatu perusahaan. Mengingat makin pentingnya teknologi dalam pengembangan perusahaan, hal ini merupakan cara yang efektif untuk tetap menginformasikan publik mengenai perubahan inovasi dan pengembangan yang dilakukan perusahaan. Kapasitas inovasi ini bervariasi pada sektor industri, tergantung pada intensitas penelitian dan penguasaan teknologi masing-masing perusahaan. Untuk mengukur kapasitas inovasi dalam perusahaan, biaya *R&D* dianggap mewakili tingkat inovasi. Investasi pada biaya *R&D* meningkatkan kesempatan pada anggota organisasi untuk mengidentifikasi dan mengaplikasikan teknologi pada produk dan proses perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dan profitabilitas (Chang dan Hsieh, 2011).

2.1.4.2 Operasi yang Efisien

Proses bisnis dalam perusahaan dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan nilai bagi konsumen (Miers, 2010). Mengoperasikan proses perusahaan yang efisien dan efektif dengan kontrol yang ketat terhadap bahan baku dan biaya merupakan tujuan dari tiap perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja baik adalah organisasi yang mengoptimalkan proses produksinya dengan mengurangi waktu produksi, meningkatkan kualitas produk akhir dan mengurangi jumlah karyawan yang diperlukan pada aktivitas tertentu. Miers (2010) lebih lanjut menyebutkan bahwa

melalui proses operasi yang efisien inilah, perusahaan dapat menciptakan nilai lebih yang menjadi nilai tambah tersendiri. Operasi yang efisien pada perusahaan diukur dengan tingkat *turnover* / perputaran baik aktiva, piutang dan aset lancar. Perusahaan yang memiliki tingkat *turnover* yang tinggi diasumsikan memiliki tingkat operasi yang efisien.

2.1.4.3 Hubungan Konsumen yang Baik

Sun (2006) menyatakan bahwa inti dari berkembangnya teknologi informasi melalui berbagai saluran telekomunikasi adalah munculnya kesempatan untuk meningkatkan hubungan yang lebih baik kepada konsumen. Dengan mengkombinasikan kemampuan untuk merespon langsung konsumen secara interaktif, perusahaan memiliki kemampuan yang lebih baik untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Tujuan utama dari hubungan konsumen tersebut adalah untuk mengubah hubungan tersebut menjadi profitabilitas yang lebih besar dengan meningkatkan tingkat pembelian kembali oleh konsumen dan mengurangi biaya untuk memperoleh konsumen baru (Sun *et al*, 2006). Hubungan konsumen yang baik diukur tingkat pertumbuhan penjualan, rasio beban penjualan, umum dan administrasi terhadap biaya total dan rasio beban penjualan, umum, dan administrasi terhadap penjualan.

2.1.4.4 Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah

Sumber daya manusia merupakan inti dari suatu perusahaan, sedangkan suatu perusahaan sendiri terdiri dari individu-individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu (Ongkorahardjo *et al*, 2008). Sumber daya manusia ini dapat diperlakukan sebagai *human capital*, yang dapat diartikan sebagai kapabilitas tiap individu dalam perusahaan dengan semua pengetahuan dan kemampuannya yang bekerja untuk perusahaan. *Human capital* penting karena merupakan sumber inovasi dan pembaharuan strategi yang dapat diperoleh dari *brainstorming* melalui riset laboratorium, *process reengineering* dan pengembangan keterampilan pekerja (Ongkorahardjo *et al*, 2008).

Mayo (2000) menyatakan bahwa *human capital* dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan berupa pengembangan kompetensi karyawan, pemindahan pengetahuan dari pekerja ke perusahaan serta perubahan budaya manajemen. *Human capital* adalah sumber daya strategis yang memberikan nilai tambah /*added value* sebagai tolok ukur keberhasilan bisnis. Kemampuan individu ini dapat menjadi keunggulan kompetitif tersendiri dari perusahaan. Dengan demikian, dari segi sumber daya, strategi bisnis yang ideal saat ini adalah bagaimana perusahaan mendapatkan nilai tambah yang maksimum dari *human capital* yang dimiliki perusahaan. Untuk mengukur sumber daya manusia yang bernilai tambah ini digunakan produktivitas per karyawan, pendapatan operasi rata-rata per karyawan dan nilai tambah per karyawan.

2.1.4.5 Kinerja Perusahaan

Definisi dari kinerja dapat bervariasi dari satu ukuran ke ukuran lain. Mitchell (2002) memandang bahwa kinerja perusahaan dapat diukur dalam empat dimensi :

1. Relevansi, merupakan tingkat dimana para *stakeholder* dari perusahaan memandang perusahaan tersebut telah sesuai dengan keinginan mereka. Klien menilai relevansi produk dengan membeli mereka, karyawan dengan bekerja keras, pemegang saham dengan membeli dan menjual saham dan lain lain.
2. Efektivitas, merupakan tingkat sejauh mana perusahaan sukses dalam meraih tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
3. Efisiensi, merupakan sebaik mana perusahaan menggunakan sumberdaya yang dimilikinya dalam mencapai tujuannya.
4. Kelayakan keuangan, merupakan seberapa layak perusahaan dipandang dari segi keuangan, yang mencerminkan profitabilitas perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang

Kinerja keuangan merupakan posisi keuangan dan prestasi yang mampu diperoleh perusahaan pada waktu tertentu. Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilihat dan dibandingkan melalui analisis laporan keuangan yang berguna bagi pengambilan keputusan (Horne dan Wachowicz, 2005). Kinerja keuangan dapat dicerminkan melalui analisis rasio-rasio keuangan suatu perusahaan. Perhitungan rasio-rasio keuangan yang sering digunakan untuk mengetahui

bagaimana kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini, ROA, ROE dan PER digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan.

2.1.5 Pengukuran *Intellectual Capital*

Metode pengukuran *intellectual capital* dapat dikelompokkan dalam dua kategori, yaitu pengukuran yang tidak menggunakan penilaian moneter pada *intellectual capital* dan pengukuran yang menggunakan penilaian moneter. Berikut ini adalah pengukuran *intellectual capital* yang berbasis non moneter (Tan *et al*, 2007) :

- a. *The Balanced Scorecard*, dikembangkan oleh Kaplan dan Norton (1992)
- b. *Brooking`s Technology Broker Method* (1996)
- c. *The Skandia IC Report Method* oleh Edvinsson dan Malone (1997)
- d. *IC Index* yang dikembangkan oleh Roos *et al* (1997)
- e. *Intangible Asset Approach* oleh Sveiby (1997)
- f. *Heuristic Frame* oleh Joia (2000)
- g. *Vital Sign Scorecard* oleh Vanderkaay`s (2000)
- h. *The Erns and Young Model* oleh Barsky dan Marchant (2000)

Sedangkan model penilaian *intellectual capital* yang menggunakan penilaian moneter adalah (Tan *et al*, 2007) :

- a. *EVA dan MVA model* (Bontis *et al*, 1999)
- b. *Market – To – Book Value model* (berbagai penulis)
- c. *Tobin`s Q* (Luthy, 1999)

- d. *VAIC model* (Pulic, 1998, 2000)
- e. *Calculated Intangible Value* (Dzinkowski, 2000)
- f. *Knowledge Capital Earning Model* (Lev dan Feng, 2001)

Metode lain yang digunakan oleh peneliti akuntansi dan praktisi adalah (Tan *et al*, 2007) :

- a. *Human Resource Costing & Accounting* (Johanson dan Grojer, 1998)
- b. *Accounting for The Future* (Nash, 1998)
- c. *Total Value Creation* (McLean, 1999)
- d. *The Value Explorer and Weightless Weight* (Andriessen dan Tissen, 2000; Andriessen, 2001)

2.1.6 Aplikasi Perspektif *Resource Based* ke dalam Perspektif *Intellectual Capital*

Cheng *et al* (2010) menyatakan bahwa *resource based theory* memiliki keterbatasan untuk menentukan keunggulan kompetitif perusahaan, karena *resource based theory* hanya mengukur sumberdaya secara statis, seperti kuantitas dan jumlah sumberdaya yang dimiliki, dan tidak mampu untuk menjelaskan proses penciptaan nilai yang terjadi. Sehingga manajer tidak dapat mengetahui secara persis bagaimana sumberdaya *input* dirubah menjadi *output* selama proses penciptaan nilai terjadi.

Perspektif *intellectual capital* akhirnya tumbuh menjadi sebuah solusi untuk mengukur aset tak berwujud yang dimiliki perusahaan, yang berguna untuk

mendeskripsikan penciptaan nilai dan sumberdaya yang dimiliki perusahaan.

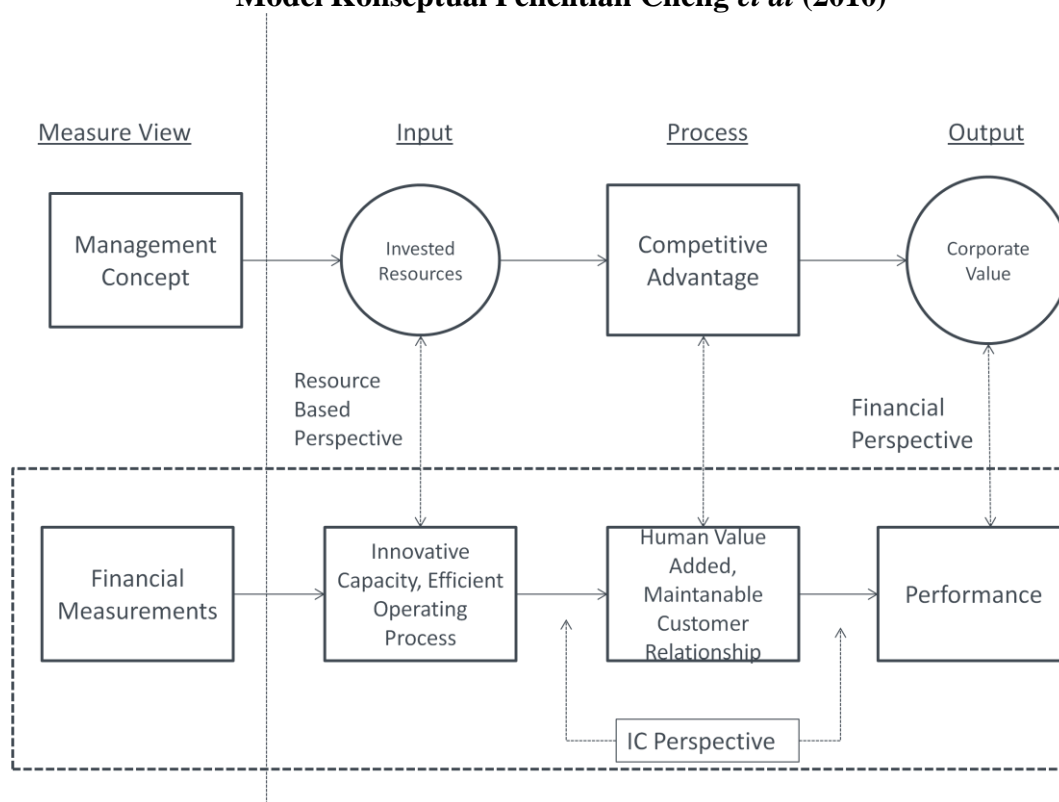
Peppard dan Rylander (2001) menyebutkan bahwa perspektif *intellectual capital* menawarkan sebuah penghubung antara kerangka pikir berbasis *resources based theory* dan pendekatan praktis yang dapat diadopsi oleh manajer perusahaan.

Perspektif *intellectual capital* ini telah memberikan kontribusi sebagai berikut :

1. Menyediakan pandangan holistik mengenai perusahaan. Tujuan dari perspektif *intellectual capital* adalah untuk menciptakan sebuah kerangka kerja yang dapat mendeskripsikan semua sumberdaya yang dimiliki perusahaan dan bagaimana sumberdaya tersebut saling berinteraksi untuk menciptakan nilai perusahaan, termasuk sumberdaya finansial dan fisik.
2. Berfokus pada nilai, karena perspektif ini mencoba untuk mengerti sumberdaya dan cara kerja dari proses penciptaan nilai yang ada di perusahaan.
3. Menyediakan sebuah dasar untuk mengembangkan pengertian terhadap sumberdaya itu sendiri. Sumberdaya tak berwujud atau *intellectual capital* memiliki karakteristik yang berbeda dari sumberdaya moneter dan fisik yang mempengaruhi dampak dari proses penciptaan nilai, tergantung pada konteks dan sumberdaya itu sendiri.
4. Mengadaptasikan perspektif yang bersifat praktis, tidak sekedar konseptual saja. Hal ini membuat perspektif *intellectual capital* menjadi lebih bersifat praktikal dan dapat dilakukan dari sudut pandang manajerial.

Chatzkel (2002) dalam Cheng *et al* (2010) mengungkapkan bahwa perspektif *intellectual capital* ini menyediakan sebuah jembatan penghubung antara sumberdaya dan nilai dengan berfokus pada pencarian metode terbaik untuk mengolah dan memanfaatkan nilai maksimal dari sumberdaya yang tersedia. Penelitian ini mengaplikasikan perspektif *intellectual capital* dimana komponen *intellectual capital* diidentifikasi dalam konsep proses *input – process – output*, hal ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara sumberdaya dan nilai dalam sebuah proses penciptaan nilai yang dinamis seperti yang ada pada gambar 2.2

Gambar 2.2
Model Konseptual Penelitian Cheng *et al* (2010)



Sumber : Cheng *et al* (2010)

Terdapat dua jenis perspektif berbeda yang digunakan, *management concept* adalah perspektif praktis yang biasa digunakan manajemen, yaitu konsep *input – process – output* untuk menjelaskan bagaimana perusahaan mengolah sumber bahan mentah menjadi barang akhir. *Invested resources* dalam bagian *input* adalah semua sumberdaya yang telah diinvestasikan perusahaan untuk kemudian diolah lebih lanjut. *Competitive advantages* dalam bagian *process* menjelaskan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan untuk mengolah sumberdaya mentah menjadi produk akhir yang memiliki nilai tambah. Kemudian *output* dari proses ini adalah produk akhir yang akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan. *Innovation capacity* dan *efficient operating process* digunakan sebagai variabel proksi untuk *invested resources*. *Human value added* dan *maintainable customer relationship* mewakili *competitive advantages* dan kinerja digunakan untuk menjelaskan nilai perusahaan pada hasil output.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Beberapa penelitian tersebut antara lain :

1. Jardon dan Martos (2009) melakukan penelitian mengenai hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja perusahaan pengolahan kayu di Argentina. Penelitian ini menguji model bagaimana komponen dari *intellectual capital* dapat berhubungan satu sama lain dan akhirnya

mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Klasifikasi komponen *intellectual capital* yang digunakan adalah *human capital*, *relational capital* dan *structural capital*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *human capital*, *relational capital* dan *structural capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, tetapi hanya *structural capital* yang berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan.

2. Bollen *et al* (2005) meneliti tentang hubungan antara komponen dari *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan pada perusahaan farmasi di Jerman, klasifikasi komponen *intellectual capital* yang digunakan di penelitian ini adalah *human capital*, *structural capital* dan *relational capital*. Dengan menggunakan *intellectual property* sebagai elemen terpisah yang diperkirakan mempengaruhi hubungan diantara *intellectual capital* dan kinerja. Dengan menggunakan metode *scorecard*, hasil penelitian ini menyatakan terdapat hubungan positif dari *human capital* terhadap kinerja perusahaan. Lebih lanjut ditemukan bahwa *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* memiliki pengaruh terhadap *intellectual property* yang secara tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan.
3. Tseng dan Goo (2005) melakukan penelitian tentang hubungan antara *intellectual capital* dengan nilai perusahaan manufaktur di Taiwan. Penelitian ini menggunakan klasifikasi pemisahan komponen *intellectual capital* menjadi *human capital*, *organizational capital*, *innovation capital*

dan *relational capital* dan bagaimana keempat komponen tersebut saling berinteraksi untuk menentukan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keempat komponen *intellectual capital* tersebut mempengaruhi nilai perusahaan, kecuali *organizational capital* yang pengaruhnya tidak terlalu signifikan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Wang dan Chang (2005) meneliti pengaruh komponen *intellectual capital* secara individual terhadap kinerja perusahaan di perusahaan IT di Taiwan. Penelitian ini meneliti hubungan antar komponen *intellectual capital*, yaitu *human capital*, *innovation capital*, *process capital* dan *customer capital*, dan bagaimana hubungan antar komponen tersebut dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Hubungan antar *intellectual capital* dalam penelitian ini diteliti dalam tiga hubungan : hubungan langsung antar komponen *intellectual capital* yang berdampak pada kinerja, hubungan tidak langsung antar *human capital* yang berdampak pada kinerja dan hubungan tidak langsung antar komponen *intellectual capital* yang berdampak pada kinerja. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dari hubungan antar komponen *intellectual capital*, hanya *innovation capital*, *process capital* dan *customer capital* yang mempunyai dampak langsung terhadap kinerja perusahaan. Meskipun *human capital* tidak memiliki dampak langsung terhadap kinerja perusahaan, komponen ini mempengaruhi komponen *intellectual capital* lain yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja.

5. Bontis *et al* (2000) meneliti komponen *intellectual capital* yaitu *human capital*, *customer capital* dan *structural capital* terhadap kinerja perusahaan pada sektor industri. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner pada mahasiswa yang bekerja *part time* di Kuala Lumpur, Malaysia. Hasil penelitiannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara *intellectual capital* terhadap kinerja, walaupun hubungan yang berbeda dari *human capital* terhadap *structural capital* umumnya tergantung pada jenis industri-industri yang diteliti.

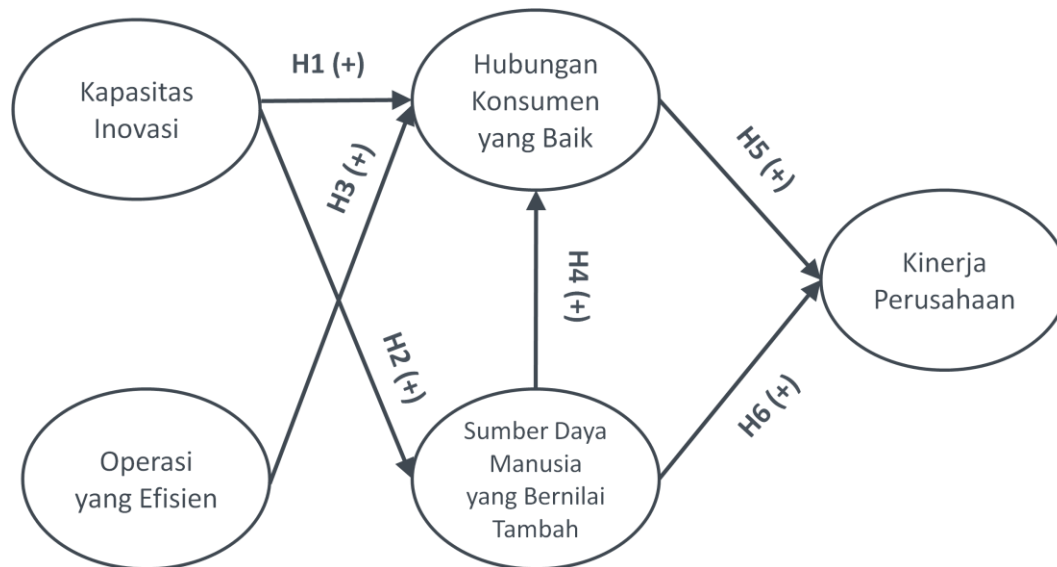
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Metode	Hasil
1.	Jardon & Martos (2009)	Variabel Dependen : Kinerja Perusahaan Variabel Independen : <i>Human capital, structural capital, relational capital</i>	<i>Partial Least Square</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Human capital, structural capital</i> dan <i>relational capital</i> berhubungan positif dengan kinerja perusahaan b. <i>Human capital</i> memiliki dampak tidak langsung terhadap <i>structural capital</i> dan <i>relational capital</i> yang akhirnya mempengaruhi kinerja perusahaan c. <i>Relational capital</i> berhubungan positif dengan <i>structural capital</i>
2.	Bollen <i>et al</i> (2005)	Variabel Dependen : Kinerja Perusahaan Variabel Independen : <i>Human capital, structural capital, relationship capital</i> dan <i>intellectual property</i>	<i>Scorecard Methods</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Ada hubungan ketiga komponen <i>intellectual capital</i> secara individual terhadap kinerja perusahaan b. Kepemilikan <i>intellectual property</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan
3.	Tseng & Goo (2005)	Variabel Dependen : <i>Corporate value</i> Variabel Independen : <i>Human capital, relationship capital, organizational capital, innovation capital</i>	<i>Structural Equation Model</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Innovation capital</i> berpengaruh pada <i>corporate value</i> b. <i>Relationship capital</i> berpengaruh pada <i>corporate value</i> c. <i>Organizational capital</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate value</i> d. <i>Human capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>innovation capital, organizational capital</i> dan <i>relational capital</i> e. <i>Organizational capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>innovation capital</i> dan <i>relational capital</i> f. <i>Innovation capital</i> berpengaruh positif terhadap <i>relationship capital</i>
4.	Wang dan Chang (2005)	Variabel Dependen : Kinerja Perusahaan Variabel Independen : <i>Human capital, innovation capital, process capital, customer capital</i>	<i>Partial Least Squares</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Secara langsung, ketiga komponen <i>intellectual capital</i> yaitu <i>innovation capital, process capital</i> dan <i>customer capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, kecuali <i>human capital</i> yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan b. <i>Human capital</i> mempengaruhi kinerja perusahaan melalui hubungannya dengan ketiga komponen <i>intellectual capital</i> yang lain c. Dalam konteks hubungan interrealisonal antar komponen <i>intellectual capital</i>, keempat komponen tersebut saling berhubungan yang akhirnya dapat mempengaruhi kinerja

				perusahaan secara signifikan
5.	Bontis <i>et al</i> (2000)	Variabel Dependen : Kinerja Perusahaan Variabel Independen : <i>Human capital, customer capital dan structural capital.</i>	<i>Partial Least Squares</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Human capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer capital</i> b. <i>Human capital</i> berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap <i>structural capital</i> c. <i>Customer capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>structural capital</i> d. <i>Structural capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran



2.4 Pengembangan Hipotesis

Menurut *resource based theory*, perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif dan kinerja finansial yang superior melalui akuisisi, dan memiliki aset yang bersifat strategis, dan baik aset berwujud maupun aset tak berwujud dipandang sebagai aset strategis. *Intellectual capital* saat ini digolongkan sebagai aset tak berwujud yang berperan penting dalam perusahaan. Menurut Riahi dan Belkaoui (2003), *intellectual capital* adalah adalah pengetahuan perusahaan yang spesifik dan berharga. *Intellectual capital* diperlakukan sebagai aset strategis yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Kemudian menggunakan konsep *input – process – output*

tersebut, perspektif *intellectual capital* dimasukkan dalam masing-masing proses produksi untuk mengukur penciptaan nilai yang terjadi selama proses produksi terjadi.

Jika *intellectual capital* merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, maka *intellectual capital* akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan. Makin tinggi *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan, makin tinggi kinerja keuangannya juga.

2.4.1 Pengaruh Kapasitas Inovasi Terhadap Hubungan Konsumen yang Baik

Inovasi adalah sesuatu yang baru yang dihasilkan (sebagai output perusahaan) atau sebagai suatu proses adopsi atau pengaplikasian sesuatu yang “baru” oleh sebuah organisasi sedemikian rupa sehingga organisasi ini menjadi lebih kompetitif. Sesuatu yang baru tersebut bisa berupa produk atau jasa baru yang dapat memberikan nilai lebih dibandingkan produk yang lama. Bisa juga sesuatu yang baru itu adalah proses baru menciptakan efisiensi dalam produksi, maupun peningkatan pelayanan. Cheng *et al* (2010) menyatakan bahwa kapasitas inovasi mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk baru untuk memenuhi permintaan pelanggan, mendesain proses operasi yang lebih efisien dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan.

Dalam konteks dengan hubungan konsumen, inovasi diwujudkan sebagai pengembangan penemuan baru yang bertujuan untuk memuaskan konsumen. Dalam jangka panjang, kemampuan bersaing sebagian besar perusahaan tergantung dari

kemampuan mereka untuk berinovasi dengan menyediakan barang dan jasa yang baru secara terus-menerus bagi pelanggan, inovasi adalah kunci penting untuk membina hubungan secara kontinu dengan para pelanggan. Sehubungan dengan hubungan antara kapasitas inovasi dengan hubungan baik dengan konsumen, maka dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1 : Kapasitas inovasi memiliki hubungan positif dengan hubungan konsumen yang baik

2.4.2 Pengaruh Kapasitas Inovasi terhadap Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah

Inovasi dapat diwujudkan dalam bentuk pelatihan yang dilakukan perusahaan. Mayo (2000) menjelaskan bahwa pelatihan harus memiliki tujuan yang spesifik diantara tiga tujuan berikut :

1. Meningkatkan efektivitas kerja dari karyawan
2. Meningkatkan nilai tambah dari hasil yang dicapai saat ini
3. Menghasilkan nilai tambah di masa depan

Marimuthu *et al* (2009) menyebutkan bahwa pelatihan karyawan merupakan komponen penting dalam pengembangan modal manusia, dengan melakukan pelatihan seorang karyawan dapat meningkatkan kemampuan dan keahliannya untuk melakukan aktivitas yang bernilai ekonomis bagi perusahaan. Makin tinggi pelatihan yang diberikan perusahaan pada karyawan, nilai tambah karyawan akan meningkat

juga. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat diajukan hipotesis kedua sebagai berikut :

H2 : Kapasitas inovasi memiliki hubungan positif dengan sumber daya manusia yang bernilai tambah

2.4.3 Pengaruh Operasi yang Efisien Terhadap Hubungan Konsumen yang Baik

Process capital berfokus pada prosedur internal yang mendefinisikan sistem dan struktur sebuah perusahaan. Proses tersebut menyoroti berbagai aktivitas bisnis yang sering dilakukan perusahaan, misalnya investasi pada R&D, waktu tenggang produksi dan produktivitas proses administrasi perusahaan. Proses bisnislah yang selama ini menggerakkan roda suatu organisasi, sehingga kinerja suatu organisasi akan sangat bergantung pada efektivitas dan efisiensi proses bisnisnya. Pemborosan atau inefisiensi yang terjadi pada proses bisnis sehari-hari di organisasinya tentunya sangatlah tidak produktif dan buruk bagi perusahaan. Karena itu setiap organisasi yang ingin maju haruslah mampu mengidentifikasi pemborosan-pemborosan apa saja yang masih terdapat dalam dirinya, untuk kemudian berusaha semaksimal mungkin untuk mengeliminasinya.

Selain dapat meningkatkan pendapatan dan menurunkan biaya, manfaat lain jika pemborosan-pemborosan dalam operasi perusahaan tersebut dapat dikurangi atau dihilangkan adalah meningkatnya kualitas produk dan layanan yang dihasilkan hingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut DTIC (1997) dalam Cheng

et al (2010), proses berkaitan dengan kualitas, tingkat kesalahan dan waktu tunggu. Perusahaan yang memiliki *process capital* yang kuat dan efisien akan menciptakan kondisi yang baik dan disukai pelanggan (Chen *et al*, 2004).

Untuk meningkatkan hubungan dengan konsumen, perusahaan dapat memperpendek waktu siklus dari proses operasinya dan mengembangkan proses internal yang berkualitas tinggi. Seggie *et al* (2006) dalam Cheng *et al* (2010) menunjukkan bahwa penggunaan rantai suplai produk yang baik dapat meningkatkan hubungan baik dengan konsumen. Kaplan dan Norton (1996) dalam Cheng *et al* (2010) menyatakan bahwa menurut perspektif *balanced score card*, perusahaan yang menunjukkan proses operasi yang efisien dengan pengurangan waktu siklus dan kualitas pelayanan yang meningkat, dapat menciptakan kesetiaan konsumen. Dengan memperhatikan hal tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut :

H3 : Operasi yang efisien memiliki hubungan positif dengan hubungan konsumen yang baik

2.4.4 Pengaruh Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah Terhadap Hubungan Konsumen yang Baik

Hayton (2005) mengindikasikan bahwa *human capital* mengacu pada pengetahuan, keahlian dan semua kemampuan karyawan yang dimiliki perusahaan. Jardon dan Martos (2008) mempelajari sebuah model berkelanjutan dimana *human capital* berfungsi sebagai landasan utama bagi komponen *intellectual capital* lain.

Human capital adalah faktor utama bagi perusahaan dan memiliki hubungan positif dengan kinerja (Kamath, 2007; Yalama dan Coskun, 2007; Ting dan Lean, 2009 dalam Cheng *et al*, 2010). Lebih jauh, *human capital* yang baik meningkatkan kepercayaan dan hubungan baik dengan konsumen. Cheng *et al* (2010) menyatakan bahwa sumberdaya manusia yang bernilai tambah adalah variabel penengah antara *innovation capital* dan kinerja perusahaan. Karyawan yang terampil dan ahli cenderung lebih disukai konsumen, dengan demikian keahlian dan kecakapan karyawan tersebut dapat meningkatkan hubungan baik perusahaan dengan pelanggan dan dapat membantu dalam perolehan pelanggan baru. Oleh karena itu, dapat disusun hipotesis keempat sebagai berikut:

H4 : Sumber daya manusia yang bernilai tambah memiliki hubungan positif dengan hubungan konsumen yang baik.

2.4.5 Pengaruh Hubungan Konsumen yang Baik Terhadap Kinerja Perusahaan

Customer capital adalah pengetahuan mengenai hubungan dengan para *stakeholder* yang dapat mempengaruhi suatu organisasi. Bontis (1998) dalam Cheng *et al* (2010) menyebutkan bahwa pengetahuan mengenai jalur pemasaran dan hubungan dengan konsumen memegang peran penting dalam *customer capital*, dan pengetahuan tersebut didapat dari hubungan perusahaan dengan pihak eksternal. Fornell (1992) dalam Cheng *et al* (2010) menemukan bahwa kepuasan konsumen

meningkatkan hubungan bisnis perusahaan, mengurangi elastisitas harga produk dan meningkatkan prestis perusahaan.

Terdapat hubungan yang menarik antara *customer capital* dan kinerja perusahaan. Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan adalah faktor terpenting dalam kepuasan pelanggan. Tugas utama perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, pelanggan yang puas akan cenderung lebih loyal pada perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disusun hipotesis kelima dalam sebagai berikut :

H5 : Hubungan yang konsumen yang baik memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan

2.4.6 Pengaruh Sumber Daya Manusia yang Bernilai Tambah terhadap Kinerja Perusahaan

Banyak peneliti yang telah menemukan bahwa *human capital* berpengaruh positif pada kinerja perusahaan (Bontis *et al*, 2000 ; Jardon dan Martos, 2009 ; Huang dan Wu, 2010). Chen *et al* (2010) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki efisiensi *human capital* yang tinggi cenderung memiliki kinerja finansial yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan efisiensi *human capital* yang rendah. Wang dan Chang (2004) menyatakan bahwa *human capital* memiliki dampak tidak langsung terhadap kinerja, namun dapat mempengaruhi *innovation capital* dan *process capital* yang akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Karyawan

perusahaan yang memiliki keahlian dan kemampuan yang baik akan memberikan imbalan jangka panjang bagi organisasi dalam bentuk produktivitas yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disusun hipotesis keenam sebagai berikut :

H6 : Sumber daya manusia yang bernilai tambah memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah komponen-komponen *Intellectual Capital* yang tersusun dari *human, innovation, process* dan *customer capital* yang diprosikan menjadi nilai tambah sumber daya manusia, kapasitas inovasi, operasi yang efisien dan hubungan konsumen yang baik. Indikator finansial yang mewakili penghitungan kuantitatif dari tiap komponen *intellectual capital* tersebut diadopsi dari penelitian sebelumnya atau determinan dari pengukuran kinerja bisnis lainnya.

3.1.1.1 Kapasitas Inovasi

Kapasitas inovasi dalam penelitian ini diukur berdasarkan teknologi dan produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan (Chen *et al*,2004). Wang dan Chang (2008) menggunakan pengeluaran penelitian dan pengembangan (R&D) yang dikeluarkan perusahaan untuk mengukur kemampuan inovasi perusahaan. Karena pengeluaran R&D sangat penting untuk berinovasi, penelitian ini menggunakan pengukuran finansial pada biaya *input* inovasi untuk mendeskripsikan proses inovasi.

Variabel kapasitas inovasi terdiri dari tiga indikator utama. Yang pertama adalah kepadatan penelitian dan pengembangan yang dikeluarkan perusahaan saat ini, kepadatan penelitian dan pengembangan perusahaan tahun lalu dan intensitas penelitian dan pengembangan perusahaan. Kepadatan penelitian dan pengembangan perusahaan tahun ini maupun tahun lalu mengacu pada penelitian Chen *et al* (2004) dan Wang dan Chan (2005) yang dihitung sebagai berikut :

Kepadatan penelitian dan pengembangan tahun ini (INN1)

$$= \frac{\text{Pengeluaran biaya penelitian dan pengembangan tahun ini}}{\text{Pendapatan bersih tahun ini}}$$

Kepadatan penelitian dan pengembangan tahun lalu (INN2)

$$= \frac{\text{Pengeluaran biaya penelitian dan pengembangan tahun lalu}}{\text{Pendapatan bersih tahun lalu}}$$

Sedangkan intensitas penelitian dan pengembangan perusahaan didapat dari penelitian Wang dan Chan (2005) yang dihitung sebagai berikut :

Intensitas penelitian dan pengembangan (INN3)

$$= \frac{\text{Pengeluaran biaya penelitian dan pengembangan tahun ini}}{\text{Rata-rata total aset}}$$

3.1.1.2 Hubungan Konsumen yang Baik

Cheng *et al* (2010) mengklasifikasikan *customer capital* menjadi intensitas pemasaran dan kemampuan pemasaran, yang kemudian digunakan untuk mendeskripsikan hubungan perusahaan dengan para *stakeholder*. Hubungan konsumen yang baik diukur dari tiga indikator utama yang mengacu pada penelitian Wang dan Chang (2004) yaitu tingkat pertumbuhan pendapatan, rasio biaya penjualan, administratif dan umum terhadap total biaya dan rasio biaya penjualan, umum dan administratif perusahaan terhadap pendapatan. Ketiga indikator tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

Tingkat pertumbuhan pendapatan (CUS1)

$$= \frac{\text{Pendapatan bersih tahun ini} - \text{Pendapatan bersih tahun lalu}}{\text{Pendapatan bersih tahun lalu}}$$

Rasio perbandingan antara biaya penjualan, umum dan administratif terhadap total biaya (CUS2)

$$= \frac{\text{Biaya penjualan, umum dan administratif}}{\text{total biaya}}$$

Rasio perbandingan antara biaya penjualan, umum dan administratif terhadap pendapatan (CUS3)

$$= \frac{\text{Biaya penjualan, umum dan administratif}}{\text{Pendapatan bersih}}$$

3.1.1.3 Sumberdaya Manusia yang Bernilai Tambah

Cheng *et al* (2010) mengukur *human capital* tidak menggunakan konsep informasi latar belakang mengenai *human capital* dan menggunakan konsep output sebagai proksi dari sumber daya berbasis pengetahuan di laporan keuangan perusahaan. Dalam laporan keuangan, konsep output dari sumberdaya manusia menyediakan pengukuran memadai yang dapat mewakili *human capital*. Menggunakan konsep output, efisiensi manajer dan karyawan yang bersifat kuantitatif dapat mengindikasikan *human capital* sebagai produktivitas dan nilai tambah karyawan.

Untuk mengukur efisiensi dari sumberdaya manusia yang bernilai tambah, penelitian ini menggunakan tiga indikator yang diadopsi dari penelitian Wang dan

Chan (2004) dan Cheng *et al* (2010), yaitu produktivitas tiap karyawan, pendapatan operasi per karyawan dan nilai tambah per karyawan. Ketiga indikator tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

Produktivitas per karyawan (HUM1)

$$= \frac{\text{Pendapatan bersih}}{\text{Total jumlah karyawan perusahaan}}$$

Pendapatan operasi per karyawan (HUM2)

$$= \frac{\text{Laba usaha}}{\text{Total jumlah karyawan perusahaan}}$$

Nilai tambah per karyawan (HUM3)

$$= \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total jumlah karyawan perusahaan}}$$

3.1.1.4 Operasi yang Efisien

Untuk mengukur operasi yang efisien, tiga indikator yang didapat dari penelitian Cheng *et al* (2010), Wang dan Chang (2004) dan Chen *et al* (2004), yaitu

perputaran aset lancar, perputaran piutang dan perputaran aset tetap. Ketiga indikator tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

Perputaran aset lancar (PRO1)

$$= \frac{\text{Pendapatan bersih}}{\text{Rata-rata total aset lancar}}$$

Perputaran piutang (PRO2)

$$= \frac{\text{Pendapatan bersih}}{\text{Rata-rata total piutang}}$$

Perputaran aset tetap (PRO3)

$$= \frac{\text{Pendapatan bersih}}{\text{Rata-rata aset tetap}}$$

3.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan yang diproksikan dengan *return on asset* (ROA), *return of equity* (ROE) dan *price to book ratio* (PER). Formulasi perhitungan kinerja perusahaan adalah sebagai berikut :

- **Return on Asset (ROA)**

Return on asset (ROA) mengukur laba yang dapat dihasilkan dari semua total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Rumus untuk menghitung ROA adalah :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Pendapatan sebelum pajak}}{\text{Total aset perusahaan}}$$

- **Return on Equity**

Return on Equity (ROE) mengukur pengembalian saham kepada para pemegang saham biasa perusahaan. Rumus untuk mengukur ROE adalah :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Pendapatan sebelum pajak}}{\text{Total ekuitas pemegang saham}}$$

- **Price to Book Ratio**

Price to book ratio (PER) adalah rasio yang digunakan untuk membandingkan nilai pasar saham dengan nilai bukunya. Rasio ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai buku per saham}}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Cheng *et al* (2010) menggunakan sampel perusahaan farmasi yang memiliki rasio nilai pasar ke buku yang terbesar, mengindikasikan aset tak berwujud yang besar dan tidak tercatat dalam laporan keuangannya. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang *listed* dan *go public* di BEI. Pemilihan

sampel penelitian dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan berturut-turut memiliki komponen dana penelitian dan pengembangan yang tercatat dalam *financial report* periode 2007 – 2010.
2. Perusahaan berturut-turut tidak menderita rugi dan neracanya tidak menunjukkan kekayaan negatif.
3. Perusahaan tidak *delisting* dari BEI selama periode tahun 2007 – 2010.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data diperoleh dari *financial report* perusahaan yang terdaftar di BEI yang dimulai dari tahun 2007 sampai tahun 2010 pada semua perusahaan yang terdaftar di BEI.

3.4 Metode Pengumpulan Data

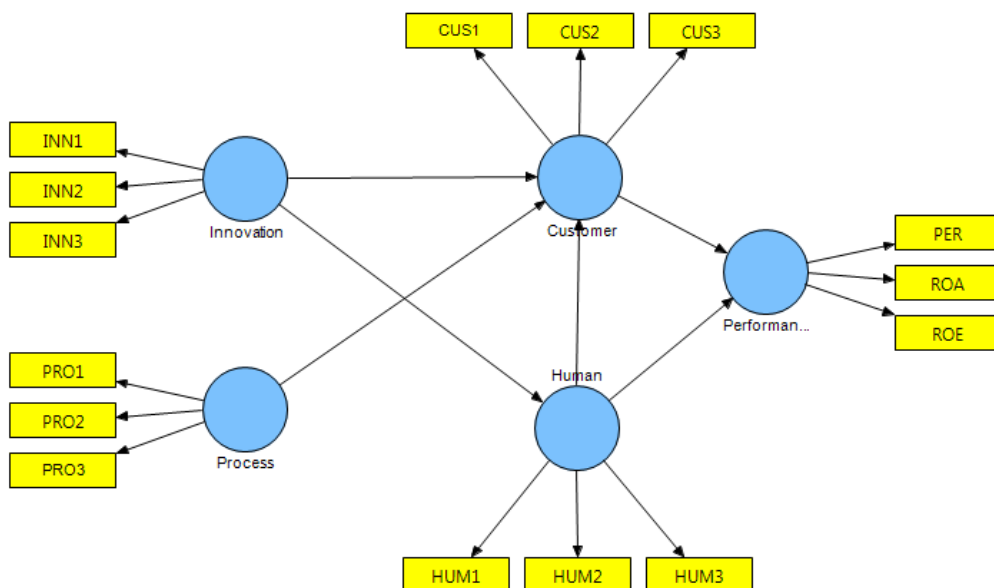
Data sekunder yang dibutuhkan berupa *financial report* didapat dengan dokumentasi data yang diperoleh dari Pojok Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro atau internet (www.idx.go.id). Dari sumber tersebut didapat data kuantitatif yang diterbitkan dalam *financial report* yang diterbitkan perusahaan yang telah *go public* dan *listed* di BEI.

3.5 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) sebagai alat analisis. Dalam hal ini, kinerja perusahaan dan komponen-komponen *intellectual capital* diperlakukan sebagai variabel laten dengan masing-masing indikatornya.

PLS merupakan salah satu metode untuk melaksanakan model *Structural Equation Modelling* (SEM). Untuk tujuan penelitian ini metode ini dirasa lebih baik dibandingkan software SEM yang lain, misalnya AMOS dan LISREL. Model PLS ini digunakan pada saat dasar teori perancangan model lemah dan indikator pengukuran tidak memenuhi model pengukuran yang ideal. PLS dapat digunakan dengan jumlah sampel yang tidak besar dan dapat diterapkan pada semua skala data (Ghozali,2006).

Gambar 3.1
Model Konseptual Penelitian dengan PLS



Sumber : Pengolahan data dengan PLS, 2011

PLS selain dapat digunakan sebagai konfirmasi teori juga dapat digunakan untuk membangun hubungan yang belum ada landasan teorinya atau untuk pengujian preposisi. PLS juga merupakan pendekatan yang lebih tepat untuk tujuan prediksi, hal ini terutama pada kondisi dimana indikator bersifat formatif, atau ketika penelitian ini masih tidak pasti karena variabel seharusnya termasuk pada sebuah model atau berhubungan diantara variabel dengan model atau berhubungan diantara variabel dengan model *miss-specified* akan menghasilkan perkiraan *inferior varians* sesuai yang dijelaskan PLS. *Missing variables* dan *miss-specification* lain hanya memiliki sedikit efek estimasi yang dibuat oleh PLS (Ghozali, 2006).

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan indikatornya (*loading*). Ketiga, berkaitan dengan *means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses iterasi 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi *means* dan lokasi (Ghozali, 2006).. Model analisis jalur semua variabel laten dalam PLS terdiri dari 2 model, yaitu *inner model* dan *outer model*.

3.5.1 Inner Model

Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2006). Di samping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

3.5.2 Outer Model

Convergent validity dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin, 1998 dalam Ghozali, 2006). *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran

dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan *item* pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya.

Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar *AVE* setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reabilitas *component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reability*. Direkomendasikan nilai *AVE* harus lebih besar 0,50 (Formnel dan Larcker, 1981 dalam Ghozali, 2006).

Composite reability yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2006).