

MODEL INTER-RELASI ANTAR KOMPONEN MODAL INTELEKTUAL (*HUMAN CAPITAL, STRUCTURAL CAPITAL, CUSTOMER CAPITAL*) DAN KINERJA PERUSAHAAN

Ihyaul Ulum¹

¹ Fakultas Ekonomi, Akutansi, Universitas Muhammadiyah Malang
Alamat Korespondensi : Jl. Raya Apel No. 18 Jetis, Dau, Malang
Hp. 081233 17606, E-mail. i_ulum@yahoo.com /uhm @umm.ac.id

ABSTRAK

The aims of this study are to test the inter-relation of components of intellectual capital (IC). Further, the study tests the impact of IC to business performance of Malang's companies. Used questionnaire instrument developed by Bontis (1998), this study take employees and/or managers of Malang's companies as samples. The Data analysis was drawn with *partial least square* (PLS). The results show that *human capital* (HC) is correlated with *structural capital* (SC) and *customer capital* (CC), CC correlated with SC. On the other hand, SC and CC are positively influences to business performance. This study consistent with Bontis did (2008), included when tested with *diamond specification model* and *direct relationship model*.

PENDAHULUAN

Kenaikan nilai kapitalisasi saham yang cukup tinggi dan adanya selisih antara nilai buku dengan nilai kapitalisasi saham pada *knowledge based industries* menunjukkan terjadinya "missing value" pada laporan keuangan yang oleh Stewart (1997) kemudian disebut sebagai *intellectual capital* (IC). Stewart (1997) menunjukkan perbandingan nilai buku dengan nilai pasar saham yang terdapat di neraca pada perusahaan berbasis pengetahuan adalah 1:7, sedangkan pada perusahaan jasa 1:1. Menurut Stewart (1997) terjadinya selisih tersebut karena terdapat *intangible asset* yang tidak dicatat dalam neraca oleh perusahaan.

Ketidakmampuan perusahaan untuk mencatat *intangible asset* tersebut dalam neraca dikarenakan standar akuntansi yang ada saat ini belum mampu menangkap dan melaporkan investasi yang dikeluarkan untuk memperoleh sumber daya non fisik. Investasi sumber daya non fisik yang dapat ditangkap dan dilaporkan menurut standar akuntansi saat ini baru sebatas investasi dalam bentuk *intellctual property*. Dengan demikian, akuntansi juga diyakini belum mampu melakukan pengakuan dan pengukuran terhadap IC, karena

akuntansi cenderung hanya berfokus pada aktiva yang sifatnya nyata (*hard assets*) saja. Kalaupun ada *intangible asset* yang diakui dan diukur dalam laporan keuangan, kebanyakan masih didasarkan pada nilai historis (*historical cost*) bukan potensinya dalam menambah nilai (Stewart, 1997).

Keterbatasan-keterbatasan tersebut memberikan tantangan bagi akuntansi manajemen maupun akuntansi keuangan. Akuntansi manajemen memerlukan alat baru untuk mengelola investasi keahlian karyawan, informasi dan teknologi, memerlukan pengukuran akuntansi yang tidak sama antara perusahaan satu dengan lainnya untuk menunjukkan indikator IC, dan memerlukan pengukuran tingkat pengembalian investasi keahlian karyawan, informasi dan teknologi dalam jangka panjang (IFAC, 1998).

Sedangkan akuntansi keuangan memerlukan adanya pengukuran baru yang tidak berbasis moneter (Upton, 2001). Tantangan-tantangan tersebut muncul karena saat ini, faktor dominan di dalam penilaian suatu perusahaan dan terutama untuk perusahaan-perusahaan *high technology* dan *professional service* adalah IC (Pike *et al.*, 2002). Pulic (1998), Bontis (1998b), Astuti (2004), dan

Ulum (2008a,b) menunjukkan bahwa IC memiliki hubungan positif dengan *business performance*.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian Bontis (1998b), Bontis *et al.* (2000) dan Astuti (2004) mengenai hubungan *customer capital* dan *structural capital*, menyebabkan perlunya pengujian kembali model *intellectual capital* dengan model yang berbeda dengan model yang telah diuji sebelumnya. Hal ini disebabkan hingga saat ini *intellectual capital* masih mencari model dan format pengukuran. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah:

1. Bagaimana inter-relasi antar komponen *intellectual capital*?
2. Bagaimana hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja perusahaan (*business performance*)?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengelaborasi model inter-relasi antar komponen *intellectual capital* dan menguji hubungan antara *intellectual capital* dan kinerja perusahaan (*business performance*). Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi (a) para akademisi dalam mengembangkan kerangka kerja tentang *intellectual capital*, (b) para manajer dalam upaya untuk memahami tentang pentingnya pengelolaan *intellectual capital* secara lebih serius dan tepat dalam rangka memenangkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, dan (c) para regulator dalam kerangka untuk menyusun peraturan terkait tentang pengelolaan, pengakuan, pencatatan, dan pelaporan *intellectual capital*.

Inter-relasi antar Komponen *Intellectual Capital*

Intellectual capital merupakan interaksi dari *human capital*, *customer capital* dan *structural capital* (Bontis, 1998b). *Human capital* di dalam suatu organisasi memiliki potensi penuh untuk membangun orientasi pasar bagi konsumennya. Bontis (1998b), Bontis *et al.* (2000) dan Astuti (2004) menemukan hubungan positif signifikan antara *human capital* dan *customer capital*. *Human capital* juga merupakan sumber inovasi dan pemerintahan bagi perusahaan. Bontis (1998b) dan Astuti (2004) menemukan hubungan positif

signifikan *human capital* dan *structural capital*. Namun, pada penelitian Bontis *et al.* (2000) hubungan *human capital* dan *structural capital* tergantung sektor industrinya. Hubungan antara *human capital* dan *structural capital* pada industri jasa bersifat positif tidak signifikan, sedangkan pada industri nonjasa bersifat positif signifikan.

Pengelolaan *customer capital* yang baik akan menyebabkan kompetensi dalam aktivitas organisasi atau respon terhadap perubahan pasar dapat dikembangkan. Bontis (1998b) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif *customer capital* dan *structural capital*, sedangkan Bontis *et al.* (2000) menemukan hubungan yang positif signifikan. Hal tersebut berbeda dengan Astuti (2004) yang menemukan hubungan positif tidak signifikan. Ditinjau dari tingkat analisis organisasional, maka *structural capital* akan berhubung dengan *business performance*. Bontis (1998b), Bontis *et al.* (2000) dan Astuti (2004) menemukan hubungan positif signifikan antara *structural capital* dan *business performance*.

H1 : Diduga terdapat inter-relasi antar komponen *intellectual capital*

H1a : *Human capital* berhubungan secara positif dengan *structural capital*.

H1b : *Human capital* berhubungan secara positif dengan *customer capital*.

H1c : *Customer capital* berhubungan secara positif dengan *structural capital*.

Hubungan antara IC dan Kinerja Perusahaan

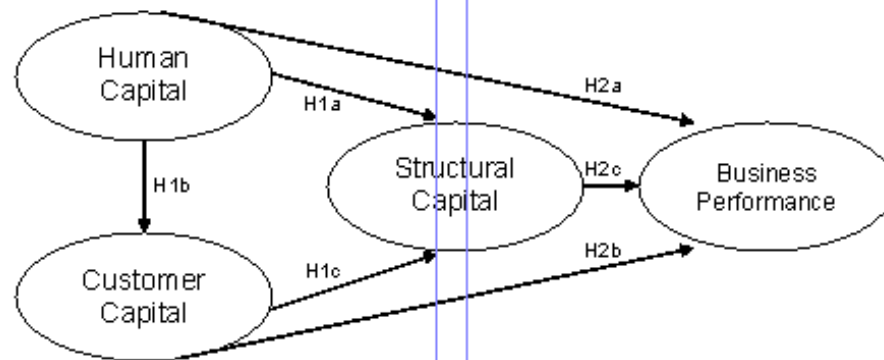
Hubungan IC dengan kinerja keuangan perusahaan telah dibuktikan secara empiris oleh beberapa peneliti dalam berbagai pendekatan di beberapa negara. Bontis (1998b) mengawali penelitian tentang IC dengan melakukan eksplorasi hubungan diantara komponen-komponen IC. Penelitian tersebut menggunakan instrumen kuesioner dan mengelompokkan industri dalam kategori jasa dan non-jasa. Kebanyakan penelitian tentang IC menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan (tahunan). Beberapa peneliti menggunakan VAIC™, baik untuk mengukur kinerja IC itu sendiri maupun untuk melihat

hubungan antara IC dengan kinerja keuangan perusahaan.

- H2 : Diduga terdapat hubungan positif antara komponen-komponen *intellectual capital* dan kinerja perusahaan (*business performance*)
- H2a : *Human capital* berhubungan secara positif dengan *business performance*.
- H2b : *Structural capital* berhubungan secara positif dengan *business performance*.
- H2c : *Customer capital* berhubungan secara positif dengan *business performance*.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi empiris yang dilakukan untuk membuktikan inter-relasi antar elemen IC (*human capital, customer capital, structural capital*) dan menguji hubungan kausalitas



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Dari 150 kuesioner yang disebar ke berbagai kampus di Malang yang memiliki program S2 Akuntansi dan atau Manajemen, jumlah kuesioner yang kembali sebanyak 64 (42.6%). Namun dari jumlah itu, terdapat 7 kuesioner yang tidak dapat diolah karena isian(a) tidak lengkap dan (b) diindikasikan tidak membaca pernyataan-jawabannya terpola. Sehingga dengan demikian,

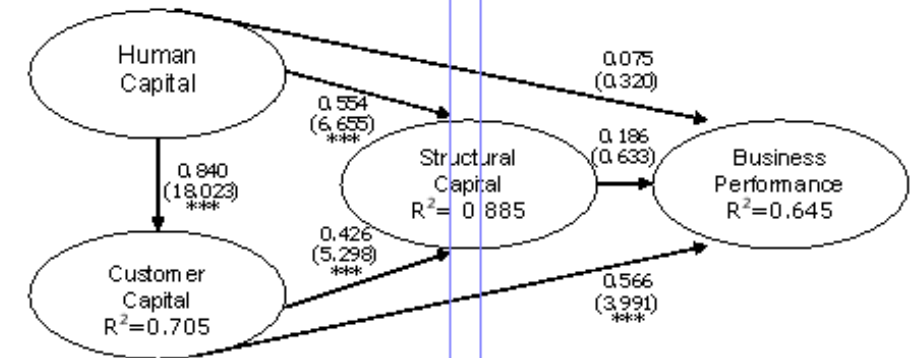
antara IC dengan kinerja perusahaan. Penentuan sampel dilakukan secara *purposive*, dengan kriteria: (1) berstatus sebagai karyawan/manajer perusahaan, dan (2) sedang menempuh studi lanjut (master) kelas eksekutif (akhir pekan) pada perguruan tinggi (PTN/PTS) di Malang. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Bontis (1998a) untuk mendapatkan gambaran tentang seluruh variabel penelitian (*human capital, customer capital, structural capital, dan business performance*). Kuesioner dirancang untuk diisi sampai sejauh mana responden setuju tentang pernyataan yang diajukan dengan lima skala Likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju). Khusus untuk variabel *business performance* menggunakan 10 skala rating (1 = paling rendah sampai 10 = paling tinggi). Analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software **SmartPLS**.

jumlah kuesioner yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 56 (37.3%).

Sebagian besar responden adalah laki-laki (64.28%) dan didominasi oleh kelompok usia di bawah 30 tahun (53.57%). Dilihat dari sebaran jenis industrinya, sebagian besar responden (50%) bekerja di perusahaan jasa, 41.07% di perusahaan manufaktur, dan sisanya (5.35%) bekerja di perusahaan dagang.

Analisis Data dan Pembahasan

Pengujian hipotesis dilakukan dengan program SmartPLS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa



Gambar 2. hasil output PLS dengan melibatkan seluruh indikator

Oleh karena nilainya di bawah 0.5, maka hubungan dari HC ke BP didrop dari model untuk kemudian dilakukan pengujian ulang. Hasilnya (dari nilai *original sample estimate - weight* dan *t-statistics*, serta *R-square*-nya) menunjukkan bahwa HC berhubungan dengan CC dan SC (signifikan pada tingkat 0.01), CC berhubungan dengan SC dan BP (signifikan pada tingkat 0.01), dan SC berpengaruh terhadap BP (signifikan pada tingkat 0.10). Tabel 1 merangkum output PLS untuk pengujian model ini.

nilai *weight* dan *t-statistics* untuk H2a (*human capital* terhadap *business performance*) sangat rendah, di bawah standar yang ditentukan (0.5 untuk *weight* dan 1.96 untuk *t-statistics*) (gambar 2).

Secara umum, hasil ini didukung oleh kajian Bontis (1998) maupun Bontis *et al.* (2000). Model kedua yang digunakan dalam penelitian (setelah mendrop hubungan HC terhadap BP) adalah merupakan bentuk model yang digunakan oleh Bontis (1998) untuk konteks industri di Kanada. Sedangkan model yang digunakan di Malaysia relatif berbeda dengan menghilangkan hubungan dari CC ke BP secara langsung (hubungannya dimediasi oleh hubungan SC ke BP).

Tabel 1. Hasil analisis *path* dengan PLS

Path from-to	Direct path (1)	Indirect path (2)	Total effect (1)+(2)	Weight ^a	R-square
HC - CC	0.840	0	0.840	20.785***	0.705
HC - SC	0.556	(0.840)(0.424)	0.912	6.082***	0.885
CC - SC	0.424	0	0.424	5.023***	0.885
CC - BP	0.577	(0.424)(0.244)	0.680	3.449***	0.644
SC - BP	0.244	0	0.244	1.427*	0.644

Sumber: data primer diolah (2009)

Hubungan langsung antara HC - CC terlihat sangat kuat (nilai *weight* 20.785, signifikan pada $\alpha=0.01$; nilai *path* = 0.840). Nilai *square*-nya juga cukup tinggi, yaitu 70.5% (tabel 2). Artinya, kekuatan perusahaan-perusahaan di Malang di

dalam meraih simpati dari pelanggan adalah pada diri para karyawannya. Para karyawan memiliki motivasi yang kuat untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui apa yang mereka lakukan di dalam perusahaan. Produk yang

ditawarkan kepada pelanggan selalu berorientasi pada keinginan dan upaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Hasil olah statistik tersebut menunjukkan bahwa H1a, H1b, dan H1c diterima, H2b dan H2c juga diterima. Sementara untuk konteks H2a, hasil kajian ini menunjukkan bahwa H₀ tidak dapat ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai perusahaan-perusahaan di Malang kreatif dan cerdas, selalu bekerja dengan cara terbaik, selalu memikirkan tindakannya secara menyeluruh, sehingga perusahaan merasa mendapatkan yang terbaik dari pegawainya dan merasa berbeda dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Dengan kecerdasannya, pegawai telah dapat mengurangi waktu dalam memecahkan masalah konsumen, meningkatkan pangsa pasar, memahami segmen pasar dan profil konsumen. Hal ini memberikan kebanggaan tersendiri bagi perusahaan. Dengan kelebihannya tersebut, perusahaan yakin bahwa konsumennya akan tetap loyal terhadap perusahaan.

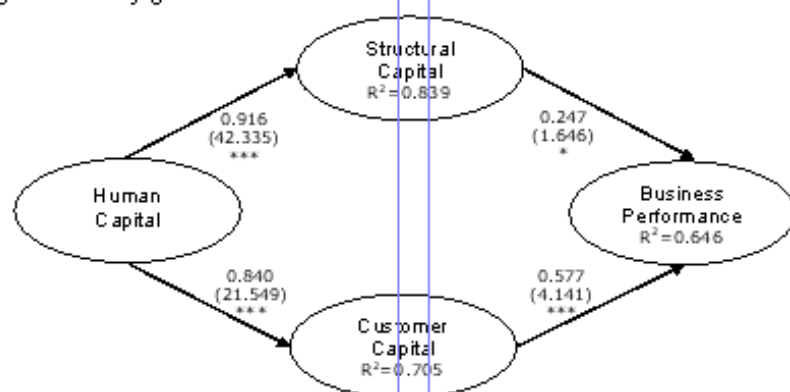
Dengan kecerdasannya dan selalu bekerja dengan cara yang terbaik, selalu memikirkan tindakannya secara menyeluruh, mengakibatkan rasio pendapatan yang diperoleh setiap pegawai perusahaan menjadi yang terbaik dalam industri sejenis. Dengan kecerdasan dan kemampuan yang ditunjukkan para pegawainya, perusahaan-perusahaan di Malang mampu mendukung perkembangan ide dan produk baru. Di samping itu, kemampuan para pegawainya telah membuat perusahaan bangga karena efisien. Kemampuan para pegawai tersebut juga telah membuat informasi

yang relevan dapat diakses secara mudah dengan tersedianya sistem data perusahaan yang baik.

Dengan mengurangi waktu yang digunakan untuk memecahkan masalah konsumen, selalu berorientasi ke pasar, menyebarkan data umpan balik konsumen keseluruhan perusahaan, dan secara *continue* melakukan pertemuan dengan konsumennya, perusahaan-perusahaan di Malang telah dapat meningkatkan laba, pertumbuhan laba, dan pertumbuhan penjualan serta memperbaiki pandangan perusahaan ke masa depan dengan peningkatan dan perbaikan yang tidak signifikan. Hal ini dapat disebabkan terdapatnya konsumen perusahaan yang tidak loyal, sehingga dapat memperlemah *business performance*, meskipun perusahaan telah melakukan usaha-usaha secara maksimal.

Dengan efisiensi dan sistem data perusahaan yang mempermudah dalam mengakses informasi yang relevan serta dengan adanya dukungan dalam pengembangan ide dan produk baru, maka perusahaan-perusahaan di Malang dapat meningkatkan *business performance*-nya, khususnya dalam hal pandangannya terhadap masa depan, laba, pertumbuhan laba, dan pertumbuhan penjualan.

Untuk mengkonfirmasi akurasi model II, peneliti melakukan pengujian ulang dengan menggunakan *diamond specification model* yang dikembangkan oleh Bontis (1998). Hasil pengujian dengan menggunakan PLS atas model tersebut ditunjukkan dalam gambar 3.



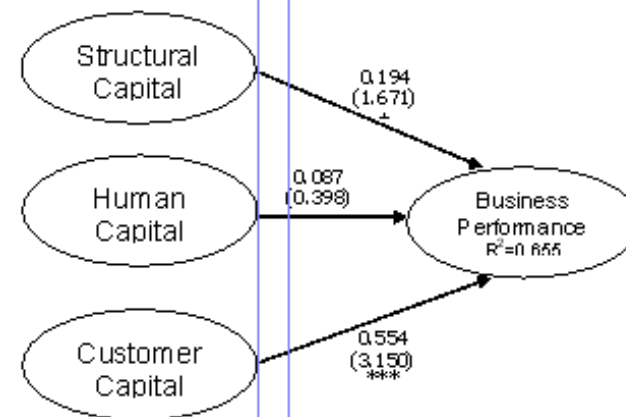
Gambar 3. hasil output PLS dengan *diamond specification model*

Hasil pengujian dengan *diamond specification model* mempertegas kekuatan hubungan antara *human capital* – *customer capital*, *human capital* – *structural capital*, *customer capital* – *business performance*, dan *structural capital* – *business performance*. Hampir seluruh path menunjukkan angka yang sangat signifikan dengan nilai *r-square* diatas 60%. Kekuatan hubungan yang paling lemah ditunjukkan oleh hubungan antara SC dan BP yang hanya signifikan pada $f=0.10$ dan $r-square = 64.6\%$.

Konfirmasi kedua dilakukan dengan menguji hubungan langsung (*direct relationship*) antara masing-masing komponen IC dengan kinerja bisnis. Bontis (1998) melakukan pengujian *direct*

relationship dengan sampel perusahaan di Karada, dan hasilnya konsisten bahwa hanya SC dan CC yang berhubungan dengan BP (kekuatan hubungan CC – BP lebih besar daripada kekuatan hubungan SC – BP). Sementara HC tidak berhubungan langsung dengan BP.

Hasil pengujian untuk konteks perusahaan di Malang menunjukkan hal yang relatif sama. Yaitu bahwa hanya SC dan CC yang berhubungan dengan BP, sementara HC tidak berhubungan langsung dengan BP. Hubungan HC dengan BP dimediasi oleh SC. Gambar 4 menunjukkan hasil pengolahan data dengan *direct relationship model* yang menggunakan SmartPLS.



Gambar 4. hasil output PLS dengan *direct relationship*

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *human capital* berhubungan positif dan signifikan dengan *customer capital*. Artinya, dengan *tacit knowledge*-nya, *human capital* mampu menciptakan nilai (*value creation*) yaitu *customer capital* bagi perusahaan. Perusahaan mampu mentransformasi *tacit knowledge* ke dalam pengetahuan yang melekat pada hubungan-hubungan eksternal perusahaan. *Human capital* juga berhubungan positif dan signifikan dengan *structural capital*. Perusahaan-perusahaan di Malang mampu

mentransformasi pengetahuan pegawainya ke pengetahuan non manusia yang lebih konkrit. Dengan demikian maka hipotesis 1 (a, b, c) diterima dan hipotesis nul ditolak.

Customer capital berhubungan positif dan signifikan dengan *business performance*. Artinya, *customer capital* perusahaan-perusahaan di Malang mampu meningkatkan atau memperbaiki *business performance* secara signifikan. Perusahaan mampu mendayagunakan pengetahuan eksternal untuk meningkatkan *business performance*-nya secara signifikan. Dalam hal ini kajian ini berbeda dengan kajian Astuti (2004) yang menunjukkan bahwa hubungan CC – BP adalah positif tidak signifikan.

Structural capital berhubungan positif dan cukup signifikan dengan *business performance*. Artinya, usaha-usaha perusahaan untuk

mengkodefikasi pengetahuan perusahaan dan mengembangkan *structural capital* mampu menghasilkan keunggulan bersaing yang secara relatif menghasilkan *business performance* yang lebih tinggi.

Pengujian dengan *diamond specification model* maupun *direct relationship model* menunjukkan hasil yang konsisten. Konsisten dengan hasil pengujian sebelumnya, dan juga konsisten dengan kajian Bontis (1998) untuk konteks perusahaan-perusahaan di Kanada.

Implikasi

Hasil penelitian ini berimplikasi bagi para akademisi, peneliti, dan penyusun standarakuntansi untuk melakukan penggalan yang lebih mendalam mengenai *intellectual capital*, sehingga teori, pengukuran, dan perlakuan mengenai *intellectual capital* dapat segera diperoleh. Untuk memperoleh hasil yang dapat digeneralisasi dalam *scope* yang lebih luas, maka implikasi teoritis selanjutnya sebagai agenda penelitian mendatang adalah para akademisi maupun para peneliti dapat melakukan penelitian serupa dengan mengambil obyek yang lebih luas, melakukan pemisahan jenis industri berdasarkan bidangnya (jasa dan non jasa) atau berdasarkan skalanya (kecil, menengah, dan besar) maupun memperluas model dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, P.D. 2004. "Hubungan *Intellectual Capital* dan *Business Performance*". Tesis. Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Bontis, N. 1998a. "Intellectual capital questionnaire". Available online at: www.bontis.com. (accessed November 2006).
- _____. 1998b. "Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models". *Management Decision*. Vol. 36 No. 2. p. 63.
- _____, W.C.C. Keow, S. Richardson. 2000. "Intellectual capital and business

performance in Malaysian industries". *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 1 No. 1. pp.85-100.

- International Federation of Accountants. 1998. "The Measurement and Management of Intellectual Capital". available online at: www.ifac.org. (accessed November 2006).
- Pike, S., Rylander, A and Roos, G. 2002. *Intellectual Capital Management and Disclosure*", dalam Choo, C.W. & Bontis, N (Eds) *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge*. Oxford University Press. New York.
- Pulic, A. 1998. "Measuring the performance of intellectual potential in knowledge economy". Paper presented at the 2nd McMaster World Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital by the Austrian Team for Intellectual Potential.
- Stewart, T.A. (1997) *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*, Doubleday/Currency, New York, New York, United States of America.
- Ulum, I. 2008a. *Pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan di Indonesia*. Call for paper Simposium Nasional Akuntansi XI. Ikatan Akuntan Indonesia. Pontianak.
- _____. 2008b. *Intellectual capital and financial return of listed Indonesian banking sector*. Proceeding international research seminar and exhibition. Lemlit UMM. Malang.
- Upton, W.S. Jr. 2001. "Business and Financial Reporting, Challenges from the New Economy". *Financial Accounting Series*. No. 219-A April.