

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### ***1. Agency Theory***

Menurut Anthony dan Govindarajan (2005), teori agensi adalah hubungan atau kontrak antara *principal* dan *agent*. Teori agensi memiliki asumsi bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Perusahaan mempunyai banyak kontrak, misalnya kontrak kerja antara perusahaan dengan para manajernya dan kontrak pinjaman antara perusahaan dengan krediturnya. Untuk itulah dalam teori agensi dikenal adanya kontrak kerja, yang mengatur proporsi utilitas masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan. Kontrak kerja yang optimal adalah kontrak yang seimbang antara prinsipal dan agen yang secara matematis memperlihatkan pelaksanaan kewajiban yang optimal oleh agen dan pemberian imbalan khusus oleh prinsipal kepada agen.

Prinsipal didefinisikan sebagai pihak yang memberikan mandat kepada agen, untuk dapat bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen merupakan pihak yang diberi amanat oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan dan berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan amanat tersebut. Satu elemen kunci dari teori keagenan adalah bahwa prinsipal dan agen mempunyai perbedaan preferensi dan

tujuan. Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka (Jensen dan Meckling, 1976).

Pada teori agensi, *information gap* yang terjadi pada berbagai perusahaan dikarenakan pihak manajer setiap hari berinteraksi langsung dengan kegiatan perusahaan, sehingga pihak manajer sangat mengetahui kondisi dalam perusahaan dengan demikian pihak manajer mempunyai informasi yang sangat lengkap tentang perusahaan yang dikelolanya. Pemegang saham hanya mengandalkan laporan yang diberikan oleh pihak manajemen, karena pemegang saham tidak berinteraksi secara langsung pada kegiatan perusahaan sehingga pemegang saham hanya memiliki sebagian atau lebih sedikit informasi dibanding manajer perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976). Oleh karena itu menurut Suhardjanto dan Wardhani (2010), pengungkapan merupakan mekanisme untuk mengontrol kinerja manajer. Sebagai konsekuensinya, manajer didorong untuk mengungkapkan *voluntary information* seperti pengungkapan *intellectual capital*.

Adanya *agency problem* diatas, menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*) yang menurut Jensen dan Meckling (1976) terdiri dari:

- a. *Monitoring cost* adalah biaya yang timbul dan ditanggung oleh prinsipal untuk memonitor perilaku agen, yaitu untuk mengukur, mengamati dan mengontrol perilaku agen. Contohnya adalah biaya audit dan biaya untuk menetapkan rencana kompensasi manajer, pembatasan anggaran dan aturan-aturan operasi.

- b. *Bonding cost* adalah biaya yang ditanggung oleh agen untuk menetapkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa agen akan bertindak untuk kepentingan prinsipal. Contohnya adalah biaya yang dikeluarkan oleh manajer untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemegang saham.
- c. *Residual loss*, timbul dari kenyataan bahwa tindakan agen kadangkala berbeda dari tindakan yang memaksimalkan kepentingan prinsipal.

Govindarajan (2003), menyatakan satu elemen kunci teori keagenan adalah bahwa *principal* dan *agent* mempunyai perbedaan preferensi dan tujuan. Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka. Para agen diasumsikan menerima kepuasan bukan saja dari kompensasi keuangan tetapi juga dari syarat-syarat yang terlibat dari hubungan agensi, seperti kemurahan jumlah waktu luang, kondisi kerja yang menarik dan jam kerja yang fleksibel. *Principal* hanya tertarik pada hasil keuangan yang bertambah dari investasi mereka dalam perusahaan.

Menurut Eisenhaard (dikutip oleh Arifin 2005) teori keagenan dilandasi oleh 3 (tiga) buah asumsi yaitu, pertama asumsi tentang sifat manusia, dimana lebih menekankan bahwa manusia memiliki; *sifat self interest, bounded rationality, risk aversion*. Kedua, asumsi tentang keorganisasian, adanya konflik antar anggota organisasi; efisiensi sebagai kriteria produktivitas; adanya *asymmetric information* antara *principal* dan *agent*. Ketiga, asumsi tentang informasi adalah informasi dipandang sebagai barang komoditi yang diperjualbelikan.

Tujuan dari teori keagenan adalah, pertama untuk meningkatkan kemampuan individu (baik *principal* maupun *agent*) dalam mengevaluasi dilingkungan perusahaan dimana suatu keputusan harus diambil (*The Belief Revision Role*). Kedua, untuk mengevaluasi hasil dari keputusan yang telah diambil untuk memudahkan pengalokasian hasil antara *principal* dan *agent* sesuai dengan persetujuan dalam kontrak kerja (*The Performance Evaluation Role*).

### **B. Konsentrasi Kepemilikan**

Konsentrasi kepemilikan adalah suatu ukuran atas distribusi kekuasaan pengambilan keputusan baik untuk para pemilik atau para manajer. Diukur sebagai proporsi kepemilikan manajemen, konsentrasi kepemilikan merepresentasikan motivasi pengungkapan informasi non keuangan untuk memperoleh keselarasan kepentingan antara manajer dan pemilik. Beberapa penelitian terdahulu menyajikan hasil yang bertentangan tentang apakah konsentrasi kepemilikan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan IC atau tidak.

Konsentrasi kepemilikan adalah sejumlah saham perusahaan yang tersebar dan dimiliki oleh beberapa pemegang saham. Tingginya *concentration ownership* dapat diasumsikan bahwa tingginya konsentrasi kepemilikan saham akan ditemui pada kondisi dimana hak milik tidak mampu dilindungi oleh negara karena semakin terkonsentrasinya kepemilikan perusahaan maka pemegang saham mayoritas akan semakin menguasai perusahaan dan semakin berpengaruh terhadap pengambilan keputusan (Darmawati, 2006).

### ***C. Leverage***

*Leverage* merupakan perbandingan besarnya dana yang disediakan pemiliknya dengan dana yang dipinjam dari kreditor. Rasio ini menunjukkan kemampuan modal sendiri untuk memenuhi seluruh kewajiban perusahaan. Teori agensi juga digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *leverage* perusahaan dengan pengungkapan laporan tahunan perusahaan (Istanti, 2009). *Leverage* merupakan pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang. Hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor. Teori agensi juga digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *leverage* perusahaan dengan pengungkapan laporan tahunan perusahaan.

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal yang seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Perusahaan yang memiliki proporsi utang yang tinggi dalam struktur modalnya akan menanggung biaya keagenan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang proporsi hutangnya kecil. Untuk mengurangi *cost agency* tersebut, manajemen perusahaan dapat mengungkapkan lebih banyak informasi yang diharapkan dapat semakin meningkat seiring dengan semakin tingginya tingkat *laverage* (Jensen dan Meckling, dalam Marwata 2001).

### **D. Komisaris Independen**

Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan Direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat

mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Pedoman Komisaris independen).

Keberadaan Komisaris Independen menjadi penting, karena didalam praktek sering ditemukan transaksi yang mengandung benturan kepentingan yang mengabaikan kepentingan pemegang saham publik (pemegang saham minoritas) serta *stakeholder* lainnya, terutama pada perusahaan di Indonesia yang menggunakan dana masyarakat didalam pembiayaan usahanya (Istanti, 2009). Semakin besar komisaris independen, maka semakin luas informasi yang diungkap karena peran dan tugas manajer korporasi dapat optimal seiring dengan pengawasan yang baik dari komisaris independen.

#### **E. Ukuran Perusahaan**

Purnomosidhi (2005) menyatakan ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel independen dengan asumsi bahwa perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang le-bih banyak dan biasanya memiliki banyak unit usaha dan memiliki potensi penciptaan nilai jangka panjang. Tingkat pengungkapan informasi yang tinggi akan mengarahkan investor untuk merevisi penilaian mereka terhadap harga saham perusahaan, dan meningkatkan likuiditas sahamnya.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan. Sudarmadji dan Sularto (2007), besarnya ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, total penjualan dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang memiliki total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Dari ketiga pengukuran, nilai aktiva relatif lebih stabil

dibandingkan dengan nilai kapitalisasi pasar dan total penjualan dalam pengukuran ukuran perusahaan.

Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula tuntutan terhadap keterbukaan informasi dibandingkan dengan ukuran perusahaan yang lebih kecil. Dengan mengungkapkan informasi lebih banyak, perusahaan mencoba mengisyaratkan bahwa perusahaan telah menerapkan prinsip-prinsip manajemen perusahaan dengan baik (*Good Corporate Governance*). Meningkatnya pengungkapan informasi akan mengurangi asimetri informasi. Biaya agensi timbul karena kepentingan yang bertentangan dari pemegang saham, manajer dan pemilik hutang (Martson, dalam Istanti 2008).

#### **F. Umur Perusahaan**

Umur perusahaan menunjukkan perusahaan tetap eksis, mampu bersaing dan memanfaatkan peluang bisnis dalam suatu perekonomian (Yularto dan Chariri, 2003 dalam Istanti, 2009). Dengan mengetahui umur perusahaan, maka akan diketahui pula sejauh mana perusahaan tersebut dapat *survive*. Semakin panjang umur perusahaan akan memberikan pengungkapan informasi keuangan yang lebih luas dibanding perusahaan lain yang umurnya lebih pendek dengan alasan perusahaan tersebut memiliki pengalaman lebih dalam pengungkapan laporan tahunan (Wallace, *et al* dalam Istanti 2009). Umur perusahaan menunjukkan perusahaan tetap eksis, mampu bersaing dan memanfaatkan peluang bisnis dalam suatu perekonomian. Dengan mengetahui umur perusahaan, maka akan diketahui pula sejauh mana perusahaan tersebut dapat *survive*. Dapat diartikan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua memiliki informasi yang lebih luas dan lebih

berpengalaman dalam pengungkapan laporan keuangan, sehingga perusahaan dapat tetap eksis dan tetap dapat bersaing dengan perusahaan yang umurnya masih muda.

### ***G. Intellectual Capital***

Kesadaran akan sumber daya pengetahuan (modal intelektual) sebagai sumber kekayaan perusahaan yang penting dalam menghadapi intensitas persaingan bisnis masih minim termasuk dalam kalangan pimpinan manajer. Dalam sistem pelaporan pun masih belum secara detail menunjukkan komponen-komponen *Intellectual Capital* yang dijadikan sebagai indikator keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini manajer kurang menyadari bahwa keuntungan perusahaan pun didapat dari modal intelektual. Hal ini disebabkan oleh karena aktivitas perusahaan yang lebih dilihat dari perspektif bisnis.

#### **1. Definisi *Intellectual Capital***

Perhatian perusahaan terhadap pengelolaan *intellectual capital* beberapa tahun terakhir ini semakin meningkat. Hal ini disebabkan adanya kesadaran bahwa *intellectual capital* merupakan landasan bagi perusahaan tersebut untuk berkembang dan mempunyai keunggulan dibandingkan perusahaan lain. Ada banyak definisi dari para ahli yakni *Intellectual capital* adalah salah satu stra-tegik aset yang penting dalam pengetahuan ber-basis ekonomi (Rehman *et al.* (2011). Terdapat beberapa definisi *intellectual capital* sejak awal, dalam kenyataan baik pengetahuan dan ekonomik berdasarkan pendekatan-pendekatan yang ada (Rehman *et al.* (2011).

Pengetahuan ekonomik adalah dimana produksi dan distribusi dengan menggunakan pengetahuan adalah suatu kekuatan utama untuk menciptakan pertumbuhan dan kesejahteraan yang didefinisikan oleh *The Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD 1996). Kemampuan intelektual manusia adalah suatu kunci intelektual dan strategi aset yang meningkatkan efisiensi perusahaan. Zéghal dan Maaloul (2010) menyatakan bahwa saat ini beberapa perusahaan menginvestasikan dalam pelatihan karyawan, penelitian dan pengembangan, hubungan pelanggan, sistem komputer dan administrasi, dll. Investasi ini sering disebut sebagai *intellectual capital* yang bertumbuh dan bersaing dengan investasi modal fisik dan keuangan. Bontis, N., Keow, W.C.C. dan Richardson, S. (2000) memberikan definisi *intellectual capital* dari berbagai ringkasan peneliti:

- a. *Intellectual capital* adalah sukar dipahami, tetapi sekali ditemukan dan dieksploitasi maka kemungkinan akan memberikan suatu organisasi dengan sebuah sumber daya yang baru untuk bersaing dan menang (Bontis 1996).
- b. *Intellectual capital* adalah suatu bentuk untuk mengkombinasikan aset tak berwujud-pasar, properti intelektual, manusia dan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan untuk menjalankan fungsi (Brooking, 1996).
- c. *Intellectual capital* memasukkan seluruh proses dan aset yang bukan secara normal ditunjukkan dalam laporan posisi keuangan dan seluruh aset tak berwujud (merek dagang, paten dan merek) yang metode akuntansi modern mempertimbangkan memasukkan seluruh pengetahuan anggotanya dan mempraktekkan pengetahuannya (Roos *et al.*, 1997).

- d. *Intellectual capital* adalah material intelektual pengetahuan, informasi, properti intelektual, pengalaman-yang dapat diambil untuk diguna-kan untuk menciptakan kesejahteraan. *Intellectual capital* adalah kekuatan otak kolektif yang memanfaatkan pengetahuan (Steward 1997).
- e. *Intellectual capital* adalah pencarian penggunaan pengetahuan yang efektif (barang jadi) sebagai lawan untuk informasi (bahan baku baru) (Bontis 1998) dan;
- f. *Intellectual capital* dianggap sebagai elemen nilai pasar perusahaan seperti halnya premium pasar (Olve *et al.*, 1999).

Meningkatnya perbedaan antara nilai pasar dan nilai buku perusahaan dipertimbangkan se-bagai konsep *intellectual capital* sebagai kunci proses penciptaan nilai (Martí 2003). Muncul ke-lompok jasa meningkatkan peran pengetahuan dan kreativitas karyawan dalam menambah nilai perusahaan. Usaha-usaha untuk mengkapitalisasi investasi perusahaan dalam bentuk orang di dalam Neraca gagal dilakukan karena masalah pengukuran. Subjek ini meningkat dengan cepat di era sembilan puluhan dengan adanya pertumbuhan yang cepat di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Pengetahuan menjadi kunci faktor produksi, bagaimanapun akun-akun keuangan masih didominasi oleh faktor-faktor produksi tradisional, termasuk bangunan dan mesin. Kemudian, penting sekali untuk mengembangkan suatu pemahaman tentang modal pengetahuan.

*Intellectual capital* adalah suatu konsep yang sering membagi ke dalam kategori yang berbeda, dan paling umum digunakan yaitu manusia, hubungan dan struktur modal. *Intellectual capital* juga sering disebut sebagai *intellectual property*,

*intellectual assets*, dan *knowledge assets*. Bagaimanapun konsep ini berbeda satu sama lain (McConnachie, 1997). *Intellectual capital* dipandang sebagai pengetahuan yang memiliki nilai potensial. *Intellectual capital* mengungkapkan transformasi pengetahuan sebagai suatu yang berharga di dalam perusahaan, sementara *intellectual assets* adalah perubahan bentuk dalam pengetahuan merubah produk. Marr and Schiuma (2001) menyatakan bahwa *intellectual capital* kelompok aset pengetahuan yang diatribusikan untuk sebuah organisasi dan yang paling signifikan dalam peningkatan posisi bersaing organisasi dengan penambahan nilai bagi *stakeholders* kunci yang teridentifikasi.

Menurut Klein dan Prusak (Stewart, 1997), *intellectual capital* adalah materi intelektual yang telah diformalisasi, ditangkap, dan dimanfaatkan untuk memproduksi aset yang nilainya lebih tinggi. Setiap organisasi menempatkan materi intelektual dalam bentuk aset dan sumber daya, perspektif dan kemampuan eksplisit dan tersembunyi, data, informasi, pengetahuan, dan mungkin kebijakan.

Modal intelektual adalah informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai (Williams, 2001). Stewart (1997, hal. 67) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai "*packaged useful knowledge*" yang merupakan sumber daya berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan yang menghasilkan aset bernilai tinggi dan manfaat ekonomi di masa mendatang bagi perusahaan. Edvinsson dan Malone (1997, hal. 358) memperluas definisi IC untuk "*knowledge that can be converted into value*" yang berarti pengetahuan yang dapat dikonversi menjadi nilai. Dalam penelitian ini IC dapat didefinisikan sebagai

"Jumlah semua pengetahuan perusahaan yang dapat digunakan dalam proses melakukan bisnis untuk menciptakan nilai sebuah VA untuk perusahaan ". Studi yang dilakukan oleh Stewart (1997), Edvinsson dan Malone (1997), dan Bontis (2000) menyebabkan kemiripan klasifikasi komponen IC.

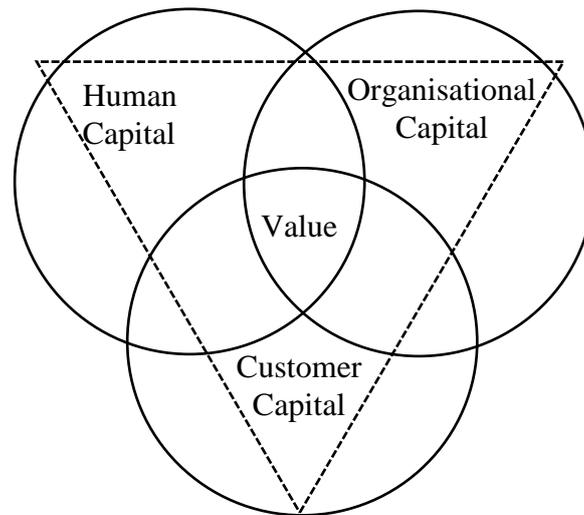
Bontis mendefinisikan IC adalah "*IC is elusive, but once it is discovered and exploited, it may provide an organisation with a new resource base from which to compete and win*". *Organisation for economic Cooperation and Development* (OECD,1999) yang menjelaskan IC sebagai nilai ekonomi dari dua kategori aset tak berwujud (1.) *organisational (structural) capital* dan *Human Capital* .

Maka dari berbagai definisi para ahli, penulis dapat menyimpulkan definisi IC adalah nilai ekonomi dari segala aset perusahaan baik itu *human capitalnya*, *structural capitalnya* dan *relational capitalnya* untuk menciptakan nilai tambahan bagi perusahaan .

## **2. Komponen *Intellectual Capital***

IFAC mengklasifikasikan IC ke dalam tiga kategori , yaitu :

1. Organizational Capital
2. Relational Capital
3. Human Capital

**Gambar 1.1 Komponen IC****Tabel 1.1 Komponen IC**

Organizational Capital	Relational Capital	Human Capital
Intellectual Capital:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brands</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Know-how</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Education</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Copyrights</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customers Loyalty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vocational qualification</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design Rights</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Backlog Orders</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Work-related knowledge</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trade Secret</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Company names</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Work-related competencies</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trademarks</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution Channels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneurial spirit, innovativeness, proactive, and reactive abilities, changeability</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Service marks</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business collaboration</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Physcometric valuation</li> </ul>
Infrastructure Assets :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licensing Aggrements</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management Philosophy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favourable Contracts</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporate Culture</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Franchising agreements</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management Processes</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information Systems</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Networking Systems</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financial relations</li> </ul>		

Sumber : IFAC , 1998 dalam Ulum 2009

Secara umum, elemen-elemen dalam *intellectual capital* terdiri dari modal manusia (*human capital*), *Structural Capital* (SC), dan *Customer Capital* (CC) (Bontis et al., 2000). Definisi dari masing-masing komponen *intellectual capital* yaitu:

- 1) *Human Capital* (HC) adalah keahlian dan kompetensi yang dimiliki karyawan dalam memproduksi barang dan jasa serta kemampuannya untuk dapat berhubungan baik dengan pelanggan. Termasuk dalam *human capital* yaitu pendidikan, pengalaman, keterampilan, kreativitas dan *attitude*. Menurut Bontis, *human capital* adalah kombinasi dari pengetahuan, *skill*, kemampuan melakukan inovasi dan kemampuan menyelesaikan tugas, meliputi nilai perusahaan, kultur dan filsafatnya. Jika perusahaan berhasil dalam mengelola pengetahuan karyawannya, maka hal itu dapat meningkatkan *human capital*. Sehingga *human capital* merupakan kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang terdapat dalam tiap individu yang ada di dalamnya. *Human capital* ini yang nantinya akan mendukung *structural capital* dan *customer capital*.
- 2) *Structural Capital* (SC) adalah infrastruktur yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk dalam *structural capital* yaitu sistem teknologi, sistem operasional perusahaan, paten, merk dagang dan kursus pelatihan. Menurut Nashih (dikutip oleh Wahdikorin, 2010), *structural capital* atau *organizational capital* adalah kekayaan potensial perusahaan yang tersimpan dalam organisasi dan manajemen perusahaan. *Structural capital* merupakan infrastruktur pendukung dari *human capital* sebagai sarana dan prasarana pendukung kinerja karyawan.

Sehingga walaupun karyawan memiliki pengetahuan yang tinggi namun bila tidak didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai, maka kemampuan karyawan tersebut tidak akan menghasilkan *intellectual capital*.

- 3) *Customer Capital* (CC) adalah orang-orang yang berhubungan dengan perusahaan, yang menerima pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Menurut Sawarjuwono dan Agustine (2003) elemen *customer capital* merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata. *Customer capital* membahas mengenai hubungan perusahaan dengan pihak di luar perusahaan seperti pemerintah, pasar, pemasok dan pelanggan, bagaimana loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. *Customer capital* juga dapat diartikan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sehingga menghasilkan hubungan baik dengan pihak luar.

**Tabel 1.2 Perbandingan Konseptual *Intellectual Capital* beberapa Penulis**

Annie Brooking (U.K)	Goran Roos (U.K)	Thomas Stewart (U.S.A)	Nick Bontis (Canada)
<b><i>Human-Centred Assets</i></b>	<b><i>Human Capital</i></b>	<b><i>Human Capital</i></b>	<b><i>Human Capital</i></b>
Keterampilan, kemampuan dan keahlian, kemampuan memecahkan masalah dan gaya kepemimpinan	Kompetensi, perilaku dan kecerdasan intelektual	Karyawan adalah asset terpenting organisasi	Pengetahuan tingkat individu yang dimiliki masing-masing individu
<b><i>Infrastructure Assets</i></b>	<b><i>Organisational Assets</i></b>	<b><i>Structural Capital</i></b>	<b><i>Structural Capital</i></b>
Seluruh teknologi, proses dan metodologi yang memungkinkan perusahaan untuk berfungsi	Seluruh organisasional, inovasi, proses, property intelektual, dan asset kultural	Pengetahuan yang melekat dalam teknologi informasi	Aset bukan manusia atau kapabilitas organisasional yang digunakan untuk memenuhi permintaan pasar

<i>Intellectual Property</i>	<i>Renewal and Development Capital</i>	<i>Structural Capital</i>	<i>Intellectual Property</i>
Tahu-bagaimana, merek dagang dan paten	Paten-paten baru dan usaha-usaha pelatihan	Seluruh paten, rencana dan merek dagang	Tidak seperti IC, IP adalah suatu aset yang dilindungi dan memiliki definisi hukum
<i>Market Assets</i>	<i>Relational Capital</i>	<i>Customer Capital</i>	<i>Relational Capital</i>
Merek, pelanggan, loyalitas pelanggan dan saluran distribusi	Hubungan termasuk internal dan pemangku kepentingan eksternal	Informasi pasar yang digunakan untuk menguasai seorang pelanggan	Modal pelanggan adalah hanya satu karakteristik pengetahuan yang melekat pada hubungan organisasional

### 3. Pengukuran *Intellectual Capital*

Dengan semakin banyaknya penelitian terhadap metode pengukuran *Intellectual Capital*, (Sveiby 2001) mencoba mengklasifikasikan 21 metode pengukuran yang ada kedalam empat kelompok besar. Keempat kelompok itu adalah sebagai berikut (Luthy 1998):

1. *Direct Intellectual Capital Methods* (DIC). Estimasi nilai dolar dari aset tidak berwujud dilakukan dengan cara mengidentifikasi komponen-komponen yang bervariasi. Sekali komponen-komponen ini dapat diidentifikasi, komponen-komponen tersebut langsung dapat dievaluasi baik secara individu maupun sebagai suatu koefisien agregat (*aggregated coefficient*).
2. *Market Capitalization Methods* (MCM). Perhitungan terhadap perbedaan antara kapitalisasi pasar perusahaan dengan ekuitas pemegang sahamnya sebagai nilai dari modal intelektual atau *intangible assets* perusahaan. *Return On Assets* (ROA). Rata-rata laba sebelum pajak dalam suatu periode dibagi dengan nilai aset berwujud. Hasil dari pembagian ini merupakan *return on assets* perusahaan yang dapat dibandingkan dengan rata-rata industri.

3. *Scorecards Methods* (SC). Komponen-komponen dari aset tidak berwujud atau modal intelektual diidentifikasi. Dan indikator-indikator yang ada dilaporkan dalam bentuk *scorecards* atau grafik. Metode *Scorecard* ini hampir sama dengan metode *direct intellectual capital* yang mengharapkan tidak ada estimasi yang dibuat dari nilai dolar aset tidak berwujud.

#### **4. Metode-metode ini memiliki manfaat sebagai berikut (Sveiby 2001):**

1. Metode – metode yang menawarkan penilaian dalam dolar seperti *return on asset* dan *market capitalization method* digunakan dalam situasi merger, akuisisi dan penilaian harga pasar saham. Metode ini dapat juga digunakan untuk membandingkan perusahaan yang berada dalam industri yang sama. Metode ini juga sangat tepat untuk mengilustrasikan nilai keuangan aset tidak berwujud. Metode-metode ini telah mengalami pembuktian yang cukup lama dalam bidang akuntansi sehingga mudah dikomunikasikan diantara para praktisi akuntansi. Kelemahan metode ini adalah pengubahan segala sesuatu kedalam nilai uang akan memberikan kedangkalan makna.
2. Manfaat *direct intellectual capital* dan metode *scorecard* adalah kemampuannya untuk menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif dari kondisi kesehatan sebuah organisasi dari pada *financial metrics*, serta lebih mudah diterapkan pada setiap level organisasi. Metode-metode ini lebih menggambarkan kejadian yang sebenarnya dan pelaporan dapat lebih cepat dan lebih akurat dari pada pengukuran keuangan. Metode-metode ini sangat berguna bagi organisasi non laba, departemen internal, organisasi sektor publik dan untuk tujuan yang berhubungan dengan kegiatan sosial maupun lingkungan. Kelemahan metode ini terletak pada indikator-indikator yang

bersifat kontekstual dan harus sesuai untuk setiap organisasi dan setiap tujuan, dimana perbandingannya sangat sulit. Metode-metode ini masih baru sehingga tidaklah mudah untuk diterima oleh para manajer yang biasa melihat segala sesuatu dari perspektif keuangan.

Tidak satupun metode yang dapat memenuhi semua tujuan yang diinginkan, sehingga salah satu metode harus dipilih untuk memenuhi satu tujuan dengan satu situasi dan *audience* yang berbeda. Pengelompokan lainnya yang dilakukan terhadap metode pengukuran modal intelektual (Luu et al. 2001) dari Australia. Mereka mengelompokkan modal intelektual ke dalam dua kelompok, yaitu *external measures* dan *internal measures*. Suatu metode dikelompokkan ke dalam pengukuran internal, karena pengukuran dan pelaporan terhadap aktiva tidak berwujud dengan metode ini ditujukan untuk memperbaiki manajemen dalam hal pengambilan keputusan bisnis.

Fokus lebih pada penganggaran, training, dan sumber daya manusia. Metode-metode yang dikelompokkan kedalam kelompok ini adalah *Human Resources Accounting*, *The Intangible Assets Monitor*, *The Skandia Navigator*, dan *Balance Scorecards*. Sedangkan metode-metode yang dikelompokkan kedalam pengukuran eksternal merupakan metode yang menilai bagaimana pengaruh aktiva tidak berwujud terhadap kinerja perusahaan yang merupakan faktor utama penyebab perbedaan yang sangat besar antara nilai pasar dan nilai buku perusahaan yang ada pada pasar modal. Metode-metode yang dikelompokkan dalam kelompok ini adalah *Market to Book Value*, *Tobin's*

“*Q*”, *Calculated Intangible Value*, dan pendekatan yang baru yaitu *Real Option-Based Approach*.

## H. Penelitian Terdahulu

### 1. Studi Bukh et al. (2005)

Penelitian ini melakukan kajian tentang pengungkapan IC dalam prospektus IPO (*initial public offering*) perusahaan-perusahaan di Denmark. Penelitian ini menggunakan content analysis untuk mengukur pengungkapan IC di dalam masing-masing prospektus dan analisis statistik untuk menguji apakah terdapat hubungan antara pengungkapan IC dan jenis perusahaan, kepemilikan manajerial sebelum IPO, ukuran dan umur perusahaan . Hasil analisis statistik adalah hanya kepemilikan manajerial sebelum IPO dan jenis industri berpengaruh terhadap pengungkapan IC .

### 2. Studi White et al. (2007)

Gregory White, Alina Lee dan Greg Tower melakukan kajian faktor-faktor pemicu (*drivers*) pengungkapan IC pada perusahaan publik sektor bioteknologi di Australia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi luasnya pengungkapan sukarela tentang IC yang dilakukan oleh perusahaan Bioteknologi. Penelitian ini menggunakan skor IC *disclosure index* atas sampel yang banyak dari perusahaan bioteknologi terdaftar di Australia , dan menguji hubungan antara pengungkapan sukarela atas *Intangible firm value* dengan variabel teori agensi tradisional. Hubungan tersebut diuji secara statistik dengan menggunakan analisis multiple regression. Penelitian ini menggunakan 78-item *disclosure index* yang dikembangkan oleh Bukh et al. (2005). Hasil dari penelitian ini adalah pemicu

utama pengungkapan IC adalah *Board Independence, firm age, leverage* dan *firm size*.

3. Studi Ariestyowati et al. (2009)

Penelitian ini untuk mengeksplorasi praktek pengungkapan IC dalam laporan keuangan publik di Indonesia dan menganalisis faktor-faktor pemicunya dengan menggunakan karakteristik perusahaan. Penelitian ini mengambil sample dengan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan content analysis dan regresi linier. Hasil penelitian adalah secara parsial semua karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan IC. Dan ada peningkatan pengungkapan komponen IC pada tahun 2006 dan 2007.

4. Studi Budi Artinah, (Juni 2013)

Penelitian ini untuk menguji pengaruh *ownership concentration, leverage, the independent Commissioner, firm size and firm* terhadap pengungkapan IC. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu *concentration of ownership, leverage, the independent Commissioner, firm size and firm age* dan variabel dependennya yaitu pengungkapan IC. Hasil analisis regresi hanya *size firm* yang paling signifikan.

Tabel 1.3 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil
1	White et al. (2006) Australia	“Drivers of voluntary intellectual capital disclosure in listed biotechnology companies”	IC Disclosure Index, Correlation, multiple-regression	Pengungkapan IC dan key driversnya	Analisis multiple regression mendemonstrasikan bahwa board independence, leverage, dan size berhubungan signifikan dengan tingkat pengungkapan IC
2	Bukh et al. (2005) Denmark	Disclosure of information on IC in Danish IPO prospectus	Content Analysis Studi kasus	Pengungkapan IC	Analisis Statistik menyimpulkan bahwa keberadaan kepemilikan manajerial sebelum IPO dan jenis industri berpengaruh terhadap jumlah pengungkapan IC
3	Ariestyowati et al. (2009) Indonesia	Analisis dampak karakter perusahaan terhadap luas pengungkapan informasi IC pada laporan tahunan perusahaan publik di Indonesia	Content Analysis, Analisis regresi linier	Pengungkapan IC	Meningkatnya pengungkapan komponen IC pada tahun 2006 dan 2007
4	Budi Artinah, Juni 2013	faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan <i>intellectual capital</i> pada lembaga keuangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia	Content Analysis dan Regresi Berganda	menguji pengaruh ownership concentration, leverage, the independent Commissioner, firm size and firm terhadap pengungkapan IC.	Hasil regresi berganda hanya firm size yang paling signifikan. dan hasil content analysis dari 28 item terdapat 3 item yang dilaporkan semua perusahaan dalam laporan keuangan.

Sumber : Data diolah 2014

Perbedaan penelitian ini dengan judul Pengukuran Faktor-Faktor Pemicu (Karakteristik Perusahaan). Pada Pengungkapan *Intellectual Capital* Dengan Menggunakan *ICDIndex* dalam perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan *ICDindex* dan analisis berganda. Dengan menggunakan teknik sampel *purposive* sampling dan teknik analisis *evIEWS*. Dimana Variabel independen dalam penelitian ini adalah Karakteristik perusahaan yang terdiri dari Konsentrasi Kepemilikan, *Leverage*, Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan dan variabel dependennya adalah Pengungkapan

*Intellectual Capital*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.

### **I. Kerangka Pemikiran**

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris faktor-faktor (determinan) perusahaan mengungkapkan *intellectual capital*. Dengan tujuan membentuk dan menguji model penelitian, digunakan dua teori dasar yaitu teori *stakeholder* dan teori agensi. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa akuntabilitas organisasi tidak hanya terbatas pada kinerja ekonomi atau keuangan saja sehingga perusahaan perlu melakukan pengungkapan tentang *intellectual capital*. Teori ini dapat dipandang dalam dua bidang yakni bidang Etika dan bidang manajerial. Teori ini menjelaskan bahwa manajemen perusahaan diharapkan melakukan aktivitas-aktivitas yang diharapkan para *stakeholders* dan melaporkan kembali kepada mereka. Bidang etika berpendapat bahwa setiap

*stakeholders* memiliki hak yang sama untuk diberi informasi atas dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan, walaupun *stakeholders* tidak menggunakan informasi tersebut.

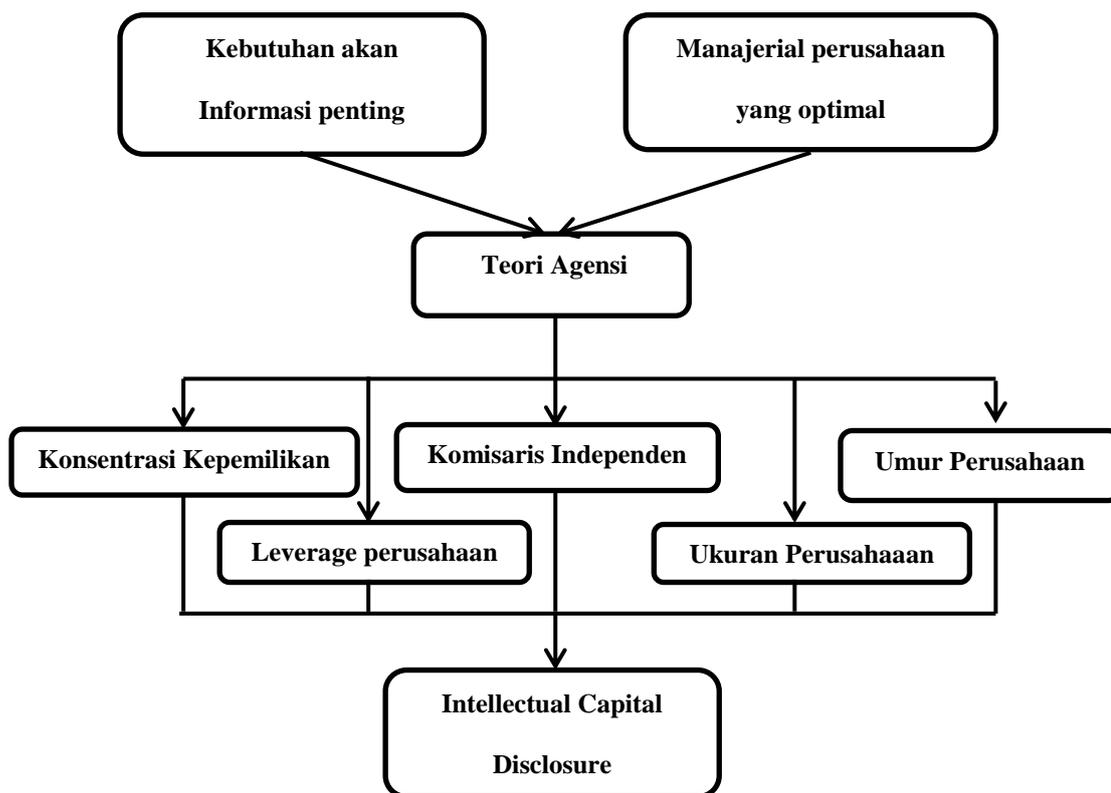
Bidang Manajerial teori *stakeholders* ini adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholders* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif diantara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka.

Teori ini menganggap bahwa akuntabilitas atau tanggung jawab organisasional tidak hanya terbatas pada kinerja ekonomi atau keuangan saja sehingga perusahaan perlu melakukan pengungkapan tentang modal intelektual dan informasi lainnya melebihi informasi yang diwajibkan oleh lembaga yang berwenang. Maka itu dibutuhkannya pengungkapan informasi yang selengkap-lengkapya yang sesuai dengan keadaan perusahaan . Ketika manajer melakukan pengelolaan akan sumber daya perusahaan (*human capital, physical capital, dan structural capital*) secara maksimal saat inilah manajer dapat membawa organisasi untuk dapat menciptakan *value added* untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Pengungkapan *intellectual capital* dapat meningkatkan daya guna laporan tahunan dalam memprediksikan kinerja keuangan di masa mendatang. Faktor-faktor pendorong perusahaan mengungkapkan *intellectual capital* antara lain Konsentrasi Kepemilikan, *Leverage* , Komisaris Independen , Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan. Berdasarkan teori agensi, terjadi asimetri informasi antara prinsipal dengan agen karena agen terlibat secara langsung dalam kegiatan

perusahaan. Untuk mengendalikan kinerja agen, prinsipal mendorong agen melakukan pengungkapan *intellectual capital*. Semakin besar ukuran perusahaan, akan semakin banyak aktivitas sehingga makin tinggi tingkat pengungkapan. Keberadaan pemegang saham yang tingkat kepemilikannya terhadap perusahaan tinggi dan keberadaan komisaris independen dapat mengawasi serta mendorong manajemen untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas.

Teori stakeholder juga dapat menjelaskan pengaruh umur perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan *intellectual capital*. Semakin panjang umur perusahaan, akan mengetahui kebutuhan informasi perusahaan sehingga mengungkapan informasi lebih luas. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan menunjukkan bahwa makin besar tingkat risiko keuangan sehingga manajer ditekan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi. Hubungan antara beberapa karakteristik perusahaan sebagai variabel independen dengan pengungkapan *intellectual capital* sebagai variabel dependen secara sistematis dapat digambarkan dalam kerangka teoritis di bawah ini.:



**Gambar 1.9 Kerangka Pemikiran**

## **J. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas perumusan masalah yang diajukan. Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ha1 : Konsentrasi kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.
- Ho1 : Konsentrasi kepemilikan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.
- Ha2 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.

- Ho2 : *Leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.
- Ha3 : Komisaris Independen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.
- Ho3 : Komisaris Independen berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.
- Ha4 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.
- Ho4 : Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.
- Ha5 : Umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.
- Ho5 : Umur perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan IC dalam *Annual report* perusahaan perbankan.
- Ha6 : Karakteristik Perusahaan (Konsentrasi Kepemilikan, *Leverage*, Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Pengungkapan IC .
- Ho6 : Karakteristik Perusahaan (Konsentrasi Kepemilikan, *Leverage*, Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan) berpengaruh tidak signifikan secara simultan terhadap Pengungkapan IC .