

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR INTELECTUAL CAPITAL  
(HUMAN CAPITAL, STRUCTURAL CAPITAL DAN CUSTOMER CAPITAL)  
TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE  
(Survey pada Perusahaan Swasta di Palembang)**

Oleh: Divianto  
Staf Pengajar Jurusan Administrasi Niaga - Politeknik Negeri Sriwijaya

**ASBTRACT**

*This study aimed to investigate the influence factors of intellectual capital: human capital, customer capital and structural capital to business performance as a test of the theory and models of Bontis et. al. (non monetary), with the surveyed private firms in the city of Palembang. The importance of intellectual capital is now considering the company has begun to consider the intellectual capital to distinguish itangible, itangible company's assets where asset not only gained by spending some money but can also be used and make a profit. The sample in this study were as many as 68 owners of private companies is the service sector, and trade services, trade, and manufacturing. The analysis technique used to test the hypothesis is multiple regression. The results showed that the three independent variables, there are 2 variables that contribute significantly and positively the variable human capital and customer capital, structural capital variables while no significant effect on business performance for private companies in the city of Palembang.*

**Key words:** *intellectual capital, human capital, structural capital, customer capital, Business performance*

---

**PENDAHULUAN**

Globalisasi, inovasi teknologi, dan persaingan bisnis yang ketat pada abad ini memaksa perusahaan-perusahaan untuk mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Agar perusahaan terus bertahan, perusahaan-perusahaan harus dengan cepat mengubah strategi dari bisnis yang didasarkan pada *labor-based business* menuju *knowledge based business*, sehingga karakteristik utama perusahaan sekarang telah menjadi perusahaan berbasis ilmu pengetahuan. Seiring dengan perubahan ekonomi yang berkarakteristik ekonomi berbasis ilmu pengetahuan dengan penerapan *knowledge management*, kemakmuran suatu perusahaan akan bergantung pada suatu penciptaan transformasi dan kapitalisasi dari pengetahuan itu sendiri (Sawarjuwono, 2003).

Dalam sistem manajemen yang berbasis pengetahuan ini, maka modal konvensional seperti: sumber daya alam, sumber daya keuangan, dan aktiva fisik lainnya menjadi kurang penting dibandingkan dengan modal yang berbasis pada pengetahuan dan teknologi. Dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi maka akan dapat diperoleh bagaimana cara menggunakan sumber daya lainnya secara efisien dan ekonomis, yang nantinya dapat memberikan keunggulan bersaing (Rupert, 1998). Banyak perusahaan di Indonesia masih cenderung menggunakan konsep *conventional based* dalam membangun bisnisnya, hal demikian dapat menyebabkan produk yang

dihasilkan miskin dengan kandungan teknologi. Maka yang diharapkan adalah perusahaan-perusahaan yang dapat memahami pentingnya modal intelektual yang berbasis manajemen pengetahuan.

Laporan keuangan tradisional dirasakan gagal untuk dapat menyajikan informasi yang penting ini. Perusahaan yang sebagian besar asetnya dalam bentuk modal intelektual seperti Kantor Akuntan Publik, tidak mengungkapkan informasi ini dalam laporan keuangan akan menyesatkan karena dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan. Perbedaan antara aset tak berwujud dan *Intellectual Capital* (IC) tidak jelas karena IC dihubungkan sebagai *goodwill* padahal keduanya berbeda (*Accounting Principles Board*, 1970; *Accounting Standards Board*, 1997; Ikatan Akuntan Indonesia, 2007; Hong, 2007). Fakta tersebut dapat ditelusuri kembali ke awal tahun 1980an ketika gagasan umum nilai aktiva tak berwujud selalu dinamai sebagai *goodwill* sejak praktik bisnis dan akuntansi diterapkan (*International Federation of Accountants*, 1998 dalam Hong, 2007). Oleh karena itu, laporan keuangan harus dapat mencerminkan adanya aktiva tidak berwujud dan besarnya nilai yang dapat diakui. Adanya perbedaan yang besar antara nilai pasar dan nilai yang dilaporkan akan membuat laporan keuangan menjadi tidak berguna untuk pengambilan keputusan. Konsep modal intelektual telah mendapatkan perhatian besar oleh berbagai kalangan terutama para akuntan dan akademisi. Fenomena ini menuntut mereka untuk mencari informasi yang lebih rinci mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan modal intelektual. Mulai dari cara pengidentifikasian, pengukuran sampai dengan pengungkapan IC dalam laporan keuangan perusahaan.

Oleh karena itu *Intellectual Capital* telah menjadi aset yang sangat bernilai dalam dunia bisnis modern. Hal ini menimbulkan tantangan bagi para akuntan untuk mengidentifikasikan, mengukur, dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Akuntansi tradisional yang digunakan sebagai dasar pembuatan laporan keuangan dirasa gagal dalam memberikan informasi mengenai IC (Sawarjuwono, 2003). Di lain pihak, para pengguna laporan keuangan membutuhkan informasi kuantitatif dan kualitatif sebagai evaluasi kinerja perusahaan serta informasi mengenai IC yang dimiliki perusahaan. Praktik akuntansi tradisional hanya mampu mengakui *intellectual property* sebagai aset tak berwujud dalam laporannya, seperti: paten, merk dagang, dan *goodwill* (Starovic et.al, 2003). *Intangible* baru seperti kompetensi staf, hubungan pelanggan, model simulasi, sistem komputer, dan administrasi tidak memperoleh pengakuan dalam model keuangan tradisional, ungkap Stewart (1997) dalam Tan et al., (2007).

*Human capital* merupakan pengetahuan, skill, dan pengalaman yang pegawai bawa ketika meninggalkan perusahaan (Starovic & Marr, 2004), yang meliputi *know-how*, pendidikan, *vocational qualification*, pekerjaan dihubungkan dengan pengetahuan, penilaian pekerjaan, penilaian *psychometric*, pekerjaan dihubungkan dengan kompetensi, semangat entrepreneurial, jiwa inovatif, kemampuan proaktif dan reaktif, dan kemampuan untuk berubah *The International Federation of Accountants* (IFAC), 1998). *Human capital* di dalam organisasi memiliki potensi penuh untuk membangun orientasi pasar bagi konsumennya. Jika kompetensi pegawai di dalam suatu organisasi semakin baik, mereka akan memahami kebutuhan konsumen dan mengembangkan *customer capital* untuk menahan loyalitas konsumen. Disamping itu, human capital juga merupakan sumber inovasi dan pembaharuan bagi perusahaan.

*Customer capital* merupakan sumber daya yang dikaitkan hubungan eksternal perusahaan dengan konsumen, *supplier* atau *partner* dalam *Research and Development* (R&D) (Starovic & Marr, 2004), meliputi *Brand*, konsumen, loyalitas konsumen nama perusahaan, *backlog orders*, jaringan distribusi, kolaborasi bisnis, kesepakatan lisensi dan kontrak-kontrak yang mendukung (IFAC, 1998). Pengelolaan *customer capital* yang baik

akan menyebabkan kompetensi dalam aktivitas organisasi atau respon terhadap perubahan pasar dapat dikembangkan. Jika sebuah organisasi menjadi fokus terhadap konsumen dan menjadi penentu pasar, maka organisasi tersebut akan menciptakan rutinitas dan proses organisasi yang efisien serta dapat melayani konsumen dengan baik.

*Structural capital* merupakan pengetahuan yang akan tetap berada dalam perusahaan (Starovic & Marr, 2004), yang terdiri dari dua elemen yaitu pertama, *intellectual property* yang terdiri dari paten, *copyright*, *design right*, *trade secret*, *trademark*, *service mark*, dan kedua, *infrastructure assets*, yang meliputi filosofi manajemen, budaya perusahaan, proses manajemen, sistem informasi, sistem jaringan, dan hubungan keuangan. *Structural capital* muncul dari proses dan nilai organisasi yang mencerminkan fokus internal dan eksternal perusahaan serta pengembangan dan pembaharuan untuk masa depan.

Bontis et.al. (2000) juga menyatakan bahwa *structural capital* merupakan *link* kritis yang memungkinkan *intellectual capital* diukur pada tingkat analisis organisasional. Jika sebuah organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk dalam menjalankan aktivitasnya, maka *intellectual capital* secara keseluruhan tidak akan mencapai potensinya yang paling penuh. Ditinjau dari tingkat analisis organisasional, maka *structural capital* akan berhubungan dengan *business performance*. Jika suatu organisasi dapat mengkodifikasikan pengetahuan organisasi dan mengembangkan *structural capital* maka akan dapat menghasilkan keunggulan bersaing yang bertahan lama. Keunggulan tersebut secara relatif dapat menghasilkan kinerja yang tinggi. Interaksi dari ketiga elemen *intellectual capital* tersebut, secara keseluruhan akan menciptakan nilai bagi perusahaan.

Penelitian Bontis (1998) di Canada menyimpulkan bahwa *human capital* berhubungan positif dan signifikan dengan *customer capital*. Kesimpulan yang sama ditemukan pada penelitian Bontis et.al. (2000) di Malaysia terhadap industri jasa dan non jasa. Bontis (1998) menunjukkan bahwa *human capital* berhubungan positif dan signifikan dengan *structural capital*. Lebih lanjut, penelitian Bontis et.al. (2000) berhasil mengidentifikasi bahwa hubungan antara *human capital* dengan *structural capital* tergantung pada sektor industrinya. Pada industri jasa, hubungan antara *human capital* dan *structural capital* bersifat positif dan tidak signifikan, sedangkan pada industri non jasa hubungan tersebut bersifat positif dan signifikan. Penelitian *exploratory study* Bontis (1998) juga berhasil menunjukkan bahwa hubungan antara *customer capital* dan *structural capital* bersifat negatif dan tidak signifikan. Hal tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian Bontis et.al. (2000) yang menunjukkan hubungan antara *customer capital* dan *structural capital* pada industri jasa maupun non jasa sama, yaitu bersifat positif dan signifikan. Dalam penelitiannya Bontis (1998) dan Bontis et.al. (2000) memberikan kesimpulan bahwa tanpa memandang jenis industrinya, hubungan antara *structural capital* dan *business performance* bersifat positif dan signifikan.

Astuti (2005) menunjukkan bahwa *human capital* akan memiliki hubungan yang lebih kuat dengan *structural capital* jika hubungan tersebut bersifat langsung daripada hubungan tersebut tidak bersifat langsung dengan *customer capital* sebagai variabel *intervening*. Di samping itu, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa *customer capital* dan *structural capital* dapat berfungsi sebagai variabel *intervening* hubungan *human capital* dan *business performance*, sedangkan *structural capital* dapat digunakan untuk memediasi hubungan *customer capital* dan *business performance*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Bontis et.al. (2000) yang dilakukan di Malaysia. Terdapat beberapa alasan dilakukannya replikasi penelitian Bontis et.al. (2000). Pertama, hasil penelitian Bontis (1998) dan Bontis et.al. (2000) menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian, khususnya yang berkenaan

dengan hubungan antara *customer capital* dan *structural capital*. Kedua, penelitian Bontis (1998) dan Bontis et.al. (2000) bertujuan untuk menggali pengembangan beberapa ukuran konseptual dan model sehubungan dengan *intellectual capital* serta hubungannya dengan *business performance*, sehingga perlu dilakukan pengujian yang berulang-ulang untuk memperoleh ukuran-ukuran konseptual dan model *intellectual capital* serta hubungannya dengan *business performance* yang dapat diterima. Ketiga, di Indonesia konsep *intellectual capital* merupakan hal yang masih relatif baru dan masih sangat langka.

### **Rumusan Masalah**

Masalah yang diteliti selanjutnya dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh faktor-faktor *intellcetual capital* (*human capital*, *structural capital* dan *customer capital*) terhadap *business performance* pada perusahaan swasta di Palembang?”

### **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor *intellcetual capital* (*human capital*, *structural capital* dan *customer capital*) terhadap *business performance* pada perusahaan swasta di Palembang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ukuran-ukuran konseptual dan model sehubungan dengan *intellectual capital* serta hubungannya dengan *business performance*, pengembangan akuntansi manajemen, khususnya yang berhubungan dengan pengukuran kinerja suatu organisasi bisnis, teori akuntansi dan akuntansi keuangan, khususnya yang berkaitan dengan teori *intellectual capital*, pembahasan *intangible asset*, serta penyusunan PSAK sehubungan dengan keberadaan *intellcetual capital*. Disamping itu dapat membantu dalam pengambilan keputusan organisasi.

## **TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### ***Resource-Based Theory (RBT)***

Pemikiran awal mengenai pandangan bahwa perusahaan merupakan kumpulan dari berbagai sumber daya dipelopori oleh Penrose (1959). Sumber daya perusahaan adalah heterogen, tidak homogen, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap perusahaan (Penrose, 1959). Pemikiran dari heterogenitas sumber daya inilah yang kemudian menjadi dasar dari *resources-based theory*. Wernerfelt (1984) membangun kembali pemikiran Penrose (1959) dengan mengemukakan bahwa tindakan strategis membutuhkan seperangkat sumber daya fisik, keuangan, human atau organisasional khusus, dan dengan demikian keunggulan kompetitif ditentukan oleh kemampuannya untuk memperoleh dan mempertahankan sumber daya. Barney (1991) menunjukkan kerangka yang lebih konkrit dan komprehensif untuk mengidentifikasi kebutuhan karakteristik sumber daya perusahaan agar menghasilkan keunggulan kompetitif yang memungkinkan. Karakteristik-karakteristik ini meliputi apakah sumber daya *valuable* (dalam arti perusahaan memanfaatkan kesempatan atau menetralsir ancaman dalam lingkungan perusahaan), sumber daya tersebut langka diantara pesaing perusahaan saat ini dan pesaing potensial, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan (Barney, 1991). Sehingga, asumsi mendasar dari pandangan *resources-based theory* adalah bahwa organisasi dapat berhasil jika mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dicapai dengan mengimplementasikan strategi penciptaan nilai

dimana pesaing tidak dapat dengan meniru dan tidak ada penggantinya (Barney, 1991). Pertukaran sosial dan penggunaan sumber daya yang efisien adalah daya penggerak untuk menetapkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja (Barney, 1991). Dihubungkan dengan organisasi, dalam teori ini terdapat tiga tipe sumber daya yaitu sumber daya fisik (pabrik, teknologi dan peralatan, lokasi geografis), sumber daya manusia (pengalaman dan pengetahuan para pegawai) dan organisasional (struktur, sistem untuk aktivitas perencanaan, pengawasan, dan pengendalian, hubungan sosial dalam organisasi dan antara organisasi dan lingkungan eksternal) (Jackson & Schuler, 1995).

### ***Human Capital Theory***

Di dalam literatur-literatur ekonomi, *human capital* diartikan sebagai kemampuan produktif seseorang (Backer, 1964). *Human capital theory* dikembangkan oleh Becker (1964). Becker (1964) mengemukakan bahwa investasi dalam pelatihan dan untuk meningkatkan *human capital* adalah penting sebagai suatu investasi dari bentuk-bentuk modal lainnya. *Skill*, pengalaman, dan pengetahuan memiliki nilai ekonomi bagi organisasi karena hal tersebut memungkinkan untuk produktif dan dapat beradaptasi. *Skill*, pengetahuan dan kesehatan tidak hanya menguntungkan bagi seorang individu namun juga akan meningkatkan sumber daya bagi pengusaha dan suatu bangsa serta produktivitas potensial. Seperti aset-aset lain pada umumnya, *human capital* memiliki nilai di dalam pasar namun nilai potensial dari *human capital* secara penuh dapat direalisasikan hanya dengan kerjasama tiap-tiap individu. Oleh karena itu, muncul sejumlah biaya-biaya untuk memunculkan perilaku produktif para pegawai termasuk yang berhubungan dengan pemotivasian, pengawasan, dan mempertahankannya (investasi *human capital* dibuat untuk mengantisipasi return mendatang). Organisasi dapat menggunakan pengelolaan sumber daya manusia dengan berbagai cara untuk meningkatkan *human capital*-nya (Flamholtz & Lacey, 1981). Organisasi dapat “membeli” *human capital* secara internal (misal dengan menawarkan pelatihan dan kesempatan pengembangan secara ekstensif). Dalam *human capital theory* faktor-faktor kontekstual seperti: kondisi pasar, serikat kerja, strategi-strategi bisnis dan teknologi adalah penting karena dapat mempengaruhi biaya-biaya sehubungan dengan pendekatan alternatif untuk menggunakan pengelolaan SDM untuk meningkatkan nilai *human capital* organisasi dan nilai return yang diantisipasi, seperti pencapaian produktivitas sosial (Russel, Colella & Bobko, 1993)

### ***Resource-Dependence Theory (RDT)***

*Resource-Dependence Theory* dikemukakan oleh Pfeffer dan Salancik (1978). Teori ini memfokuskan terutama pada hubungan simbiotik antara organisasi dan sumber daya lingkungannya. Suatu perusahaan merespon dan menjadi tergantung terhadap pelaku, organisasi atau perusahaan lain dimana pengendalian sumber daya secara kritis ditujukan ke operasi, dan dimana perusahaan telah membatasi pengendaliannya. Organisasi secara berkelanjutan mencari sumber daya dari lingkungannya agar *survive*. Banyak perubahan organisasi yang dibentuk dari sumber daya kritis yang tersedia bagi perusahaan (Pfeffer dan Salancik, 1978). Lebih lanjut Pfeffer dan Salancik (1978) mengemukakan bahwa agar dapat memperoleh sumber daya tersebut, organisasi berinteraksi dengan entitas organisasi lain dalam lingkungannya yang mengendalikan sumber daya. Meskipun organisasi tergantung pada sumber daya eksternal, organisasi dapat secara strategis mengalokasikan sumber daya dan sebaliknya mengelolanya sehubungan dengan proses dalam organisasi. Dibawah ini kondisi-kondisi tersebut, suatu perusahaan didorong untuk melakukan tindakan memperkecil kerugian potensial dalam

kaitannya dengan kepercayaan orang lain terhadap sumber daya. Ketergantungan sumber daya organisasi menempatkan pengendalian organisasi dalam posisi kuat (Pfeffer dan Salancik, 1978). Sehubungan dengan ketergantungan tersebut, organisasi berusaha untuk mengelola lingkungannya dan merencanakan reaksi untuk ketidakpastiannya (Aldrich, 1976), berusaha untuk menjadi dekat (Thompson, 1976), dan menghindari ketergantungan terhadap pasar dan kesempatan yang bersifat serba mesin (Key, 1967). Perspektif RDT memberitahukan mengenai pekerjaan-pekerjaan *entrepreneurship*, misal: *venture capitalist*, *regulator*, dan konsumen utama yang seringkali digambarkan sebagai pembentuk perusahaan dan *outcomes* melalui pengendalian dari berbagai sumber daya penting (Baker & Aldrich, 2004). Sebagai konsekuensinya RDT memandang suatu sumber daya perusahaan sebagai hal yang setidaknya “melekat” yang tidak dapat secara cepat ditambah atau dihilangkan (Grant, 1991). Sehingga setidaknya dalam jangka pendek perusahaan harus beroperasi dan memanfaatkan sumber daya tersebut.

### ***Intellectual Capital***

Sejarah munculnya manajemen *intellectual capital* dimulai pada tahun 1980 pada saat para manajer, akademisi dan konsultan menyadari *intangible asset* yang dimiliki suatu perusahaan merupakan *intellectual capital* yang seringkali menjadi faktor penentu utama perolehan laba suatu perusahaan. Di Jepang, Itami (1987) memperhatikan perbedaan kinerja dinatar perusahaan-perusahaan Jepang setelah perusahaan-perusahaan tersebut mempertimbangkan *intellectual capital* untuk membedakan *intangible asset* perusahaan dengan kesimpulan bahwa *intangible asset* tidak hanya diperoleh dengan pengeluaran sejumlah uang namun dapat juga digunakan dan menghasilkan keuntungan.

*The Society of Management Accountants of Canada (SMAC)* mendefinisikan *intellectual assets* sebagai berikut: *In balance sheet, intellectual assets are those knowledge-based items, which the company owns which will produced a future stream of benefits for the company* (IFAC 1998).

Beberapa peneliti mengungkapkan definisi *intellectual capital* sebagai berikut:

- a. *Intellectual Capital* bersifat *elusive*, tetapi sekali ditemukan dan dieksploitas akan memberikan organisasi basis sumber baru untuk berkompetisi dan menang (Bontis, 1996).
- b. *Intellectual Capital* adalah istilah yang diberikan untuk mengkombinasikan *intangible asset* dari pasar, *property* intelektual, infrastruktur dan pusat manusia yang menjadikan suatu perusahaan dapat berfungsi (Brooking, 1996).
- c. *Intellectual Capital* adalah materi intelektual (pengetahuan, informasi, *property* intelektual, pengalaman) yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. Ini adalah suatu kekuatan akan kolektif atau seperangkat pengetahuan yang berdaya guna (Stewart, 1997).
- d. *Intellectual Capital* adalah pengerjaan penggunaan efektif dari pengetahuan (produk jadi) sebagaimana berposisi terhadap informasi (bahan mentah) (Bontis, 1998).
- e. *Intellectual Capital* dianggap sebagai suatu elemen nilai pasar perusahaan dan juga *market premium* (Oleve, Roy & Wenter, 1999)

Banyak para praktisi yang menyatakan bahwa *intellectual capital* terdiri dari tiga elemen utama (Stewart 1998, Sveiby 1997, Saint-Onge 1996, Bontis 2000) yaitu:

1. *Human Capital* (modal manusia), *Human capital* merupakan *lifeblood* dalam modal intelektual. Disinilah sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam

suatu organisasi atau perusahaan. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. (Brinker 2000) memberikan beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dari modal ini, yaitu *training programs, credential, experience, competence, recruitment, mentoring, learning programs, individual potential and personality*.

2. *Structural Capital* atau *Organizational Capital* (modal organisasi), *Structural capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses *manufacturing*, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Dalam upaya pengukuran elemen ini Edvinsson seperti yang dikutip oleh (Brinker 2000) menyatakan hal-hal sebagai berikut:

- a. *Value acquired process technologies only when they continue to the value of the firm.*
- b. *Track the age and current vendor support for the company process technology*
- c. *Measure not only process performance specifications but actual value contribution to corporate productivity*
- d. *Incorporate an index of process performance in relation to established process performance goals*

3. *Relational Capital* atau *Customer Capital* (modal pelanggan) Elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis/*association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut. Edvinsson seperti yang dikutip oleh (Brinker 2000) menyarankan pengukuran beberapa hal berikut ini yang terdapat dalam modal pelanggan, yaitu:

- 1) *Customer Profile*. Siapa pelanggan-pelanggan kita, dan bagaimana mereka berbeda dari pelanggan yang dimiliki oleh pesaing. Hal potensial apa yang kita miliki untuk meningkatkan loyalitas, mendapatkan pelanggan baru, dan mengambil pelanggan dari pesaing.
- 2) *Customer Duration*. Seberapa sering pelanggan kita berbalik pada kita? Apa yang kita ketahui tentang bagaimana dan kapan pelanggan akan menjadi pelanggan yang loyal ? Serta seberapa sering frekuensi komunikasi kita dengan pelanggan.
- 3) *Customer Role*. Bagaimana kita mengikutsertakan pelanggan ke dalam desain produk, produksi dan pelayanan.
- 4) *Customer Support*. Program apa yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan.
- 5) *Customer Success*. Berapa besar rata-rata setahun pembelian yang dilakukan oleh pelanggan.

Harrison dan Sullivan (2000) mengemukakan bahwa *intellectual capital* dapat digunakan untuk *value creation* dan *value extraction*. *Value creation* diperoleh dari *human capital* sedangkan *value extraction* diperoleh dari *intellectual asset* termasuk di dalamnya *intellectual property*.

### **Human Capital**

*Human capital* didefinisikan sebagai pengetahuan, *skill*, dan pengalaman yang pegawai bawa ketika meninggalkan perusahaan (Starovic & Marr, 2004). Lebih lanjut Starovic & Marr (2004), menyebutkan bahwa beberapa dari pengetahuan tersebut bersifat unik untuk tiap-tiap individu, dan beberapa lainnya bersifat umum. Sebagai contoh: kapasitas inovasi, kreativitas, *know-how* dan pengalaman, kapasitas kerjasama, fleksibilitas pegawai, toleransi terhadap ambiguitas, motivasi, kepuasan, kapasitas pembelajaran, *loyalty*, pendidikan formal dan pendidikan. *Human capital* meliputi pengetahuan tentang individu dari suatu organisasi yang ada pada pegawainya (Bontis, Crossan & Hulland, 2001). Pegawai menghasilkan *intellectual capital* melalui kompetensi, sikap dan kecerdasan intelektual (Ross, Ross, Edvinsson & Dragonetti, 1997). Kompetensi termasuk keterampilan dan pendidikan. Sikap mencakup komponen perilaku dari pegawai. Kecerdasan intelektual menjadikan seseorang mengubah praktek dan memikirkan solusi yang inovatif terhadap suatu masalah. Meskipun pegawai dianggap sebagai aktiva perusahaan yang paling penting dalam pembelajaran organisasi namun mereka bukan milik perusahaan. *Human capital* merupakan kombinasi warisan genetik, pendidikan, pengalaman, dan sikap tentang hidup dan bisnis (Hudson, 1993). *Human capital* digambarkan sebagai kemampuan kolektif perusahaan untuk dapat mengekstrak solusi terbaik dari pengetahuan individu. Namun kebiasaan seseorang dapat menghasilkan hilangnya memori perusahaan sehingga menjadi ancaman bagi organisasi. Pemikiran akademis lain mempercayai bahwa kebiasaan dari beberapa individu dalam perusahaan mungkin dianggap baik, semenjak hal tersebut mendorong perusahaan mempertimbangkan perspektif baru yang segar dari pengetahuan mereka. *Human capital* merupakan hal yang penting karena merupakan sumber inovasi dan strategi pembaharuan, apakah dari *brainstorming* dalam laboratorium riset, melamun di kantor, menyingkirkan *file-file* lama, *re-engineering* proses baru, dan perbaikan skill individu (Bontis, 1999). Esensi *human capital* adalah kedalaman dari kecerdasan anggota organisasi.

### **Customer Capital**

Konsep penting *customer capital* adalah pengetahuan yang dibentuk dalam *marketing channels* dan hubungan konsumen bahwa organisasi berkembang dengan menjalankan bisnis. *Customer capital (relational capital)* didefinisikan sebagai seluruh sumber daya yang dikaitkan dengan hubungan eksternal perusahaan dengan konsumen, *supplier* atau *partner* dalam *Research and Development (R&D)*. *Customer capital* terdiri dari hubungan perusahaan dengan *stakeholders (investor, kreditor, konsumen, supplier)*, dan persepsi mereka terhadap perusahaan. Sebagai contoh *image*, loyalitas konsumen, kepuasan, hubungan dengan *supplier*, kekuatan komersial, kapasitas negosiasi dengan entitas keuangan dan lingkungan aktivitas (Starovic & Marr, 2004). *Customer capital* menunjukkan potensi yang dimiliki perusahaan karena *ex-firm intangible* (Bontis, 1999). Selanjutnya Bontis (1999) mengemukakan bahwa definisi tersebut telah memperluas kategori dalam memasukkan *customer capital* yang berpengaruh mengarahkan pengetahuan yang dibentuk dalam seluruh hubungan yang dibangun, baik itu dari konsumen, pesaing atau dari perkumpulan pedagang dan pemerintah (Bontis, 1999). Satu manifestasi dari *customer capital* dari konsumen sering dikaitkan dengan orientasi pasar. Tidak ada konsensus tentang definisi orientasi pasar tetapi Kohli dan Joworski (1990)

mendefinisikannya sebagai generasi besar organisasi dari kecerdasan pasar yang berkaitan dengan kebutuhan saat ini dan masa mendatang dari konsumen. Sehingga, diseminasi kecerdasan ini harus dilaksanakan secara horizontal dan vertikal dalam organisasi sehingga kompetensi dalam aktivitas organisasi atau respon terhadap perubahan pasar dapat dikembangkan. Penelitian dalam *service profit* saat ini telah mendorong hubungan kausal diantara kepuasan pegawai dan konsumen, loyalitas konsumen dan kinerja keuangan (Kaplan & Norton, 1996). Sebagai contoh pengiriman yang cepat membuat konsumen senang (Olve et.al. 1999). Penelitian lebih jauh menunjukkan bahwa loyalitas konsumen dapat diprediksi dengan mengukur loyalitas pegawai (Horibe, 1999).

### ***Structural Capital***

*Structural capital* didefinisikan sebagai pengetahuan yang akan tetap berada dalam perusahaan (Starovic & Marr, 2004). Starovic & Marr (2004) menyebutkan bahwa *structural capital* terdiri dari rutinitas organisasi, prosedur-prosedur, sistem, budaya dan database. Beberapa diantara *structural capital* dilindungi hukum dan menjadi *intellectual property right*, yang secara legal dimiliki oleh perusahaan. Salah satu bagian dari *structural capital* adalah membangun sistem seperti *database* yang memungkinkan orang-orang dapat saling berhubungan dan belajar satu sama lain sehingga menumbuhkan sinergi karena adanya kemudahan berbagi pengetahuan dan bekerja sama antar individu dalam organisasi. Disamping *database*, termasuk dalam *structural capital* adalah semua hal selain manusia yang berasal dari pengetahuan yang berada dalam suatu organisasi termasuk struktur organisasi, petunjuk proses, strategi, rutinitas, *software*, *hardware* dan semua hal yang nilainya terhadap perusahaan lebih tinggi daripada nilai materinya. *Structural capital* digambarkan sebagai apa yang tersisa dalam perusahaan pada saat pegawai pulang pada saat malam (Roos et.al. 1997). *Structural capital* timbul dari proses dan nilai organisasi, yang mencerminkan fokus internal dan eksternal dari perusahaan, ditambah pengembangan dan pembaharuan nilai untuk masa depan. Jika sebuah organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk dalam menjalankan aktivitasnya, *intellectual capital* keseluruhan tidak akan mencapai potensinya yang paling penuh (Bontis, 1998). Organisasi dengan keseluruhan *structural capital* akan memiliki budaya sportif yang memungkinkan individu untuk mencoba hal-hal baru, mempelajarinya dan siap gagal. *Structural capital* merupakan merupakan *link* kritis yang memungkinkan *intellectual capital* diukur pada tingkat analisis organisasional (Bontis, et.al. 2000).

### ***Business Performance***

Dengan pertimbangan kemudahan pengukuran maka ukuran kinerja yang umum digunakan dalam manajemen tradisional adalah ukuran keuangan. Karena yang diukur hanya aspek keuangan saja maka dalam manajemen tradisional peningkatan kepercayaan pelanggan terhadap layanan jasa perusahaan, peningkatan kompetensi dan komitmen pegawai, kedekatan hubungan kemitraan perusahaan dengan pemasok dan peningkatan produktivitas dan *cost effectiveness* proses bisnis yang digunakan melayani konsumen tidak diukur. Di dalam sistem kontrol formal ukuran kinerja meliputi ukuran *financial* dan *non financial* (Fisher, 1998). Ukuran *financial* sebenarnya menunjukkan berbagai tindakan yang terjadi di luar bidang keuangan. Peningkatan *financial return* merupakan akibat dari berbagai kinerja operasional yang diantaranya adalah meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, meningkatnya *cost effectiveness* proses bisnis internal yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan produk dan meningkatnya produktivitas serta komitmen pegawai (Mulyadi & Setyawan,

2001). Sehingga, jika suatu perusahaan bertujuan untuk memperoleh kinerja keuangannya maka seharusnya perusahaan dapat memotivasi para pegawainya di perspektif non keuangan, karena di perspektif tersebut terdapat the real drivers kinerja keuangan jangka panjang. Ferrier dan Mckenzie (2004) mengemukakan bahwa kesuksesan 90 perusahaan di Australia dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

- a. Mencoba untuk menemukan potensi dari para pegawainya.
- b. Berusaha meningkatkan profil perusahaannya.
- c. Memasuki hubungan strategis dengan berbagai negara dalam hubungannya dengan ekspor yang dilakukan, menggunakan reputasi yang dimiliki dan jaringan bisnis.
- d. Melakukan investasi di dalam riset dan pengembangan.

Hal lain yang kritis dari investor dan *stakeholder* perusahaan adalah tantangan dari *relevance*, *timeliness*, *reliability*, *consistency* dan *comparability* informasi dan pengaruhnya terhadap kemampuan ukuran nilai sesungguhnya dari perusahaan dalam ekonomi baru. Dalam ekonomi baru, terdapat risiko yang lebih besar bahwa organisasi tidak akan memiliki informasi yang mereka butuhkan untuk membuat keputusan-keputusan strategis, operasional dan finansial. Pengukuran dan sistem pelaporan saat ini tidak dapat menangkap munculnya sumber dari nilai dan tidak merefleksikan seluruh cara perusahaan menciptakan atau menghilangkan nilai di dalam ekonomi baru (Ferrier & Mckenzie, 2004). Dibandingkan dengan ukuran kinerja pada manajemen tradisional yang menekankan pada *tangible* penggerak kinerja yang baru tersebut memiliki perbedaan penting. *Tangible* merupakan komoditas yang langka, dapat habis melalui penggunaannya, dapat dipindahkan (sekali ini terjadi, *tangible asset* tidak kuat untuk dikuasai oleh pemilik aslinya), dapat dikuasai kembali, dapat digunakan tanpa dikonsumsi, dapat dijual atau dipindahkan beberapa waktu lamanya tetapi masih dikuasai kembali independen terhadap ruang tetapi tidak independen terhadap waktu (Ferrier & McKenzie, 2004).

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang melatarbelakangi penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Martina Dwi Puji Astri Ongkorahardjo, dkk (2008) tentang Analisis Pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Kantor Akuntan Publik di Indonesia). Penelitian ini berusaha menguji apakah *individual capability* dan *the organizational climate* yang merupakan komponen dari *human capital* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan kantor akuntan publik baik secara individual (parsial) maupun secara simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, *individual capability* berpengaruh signifikan terhadap kinerja kantor akuntan publik. Kedua, *the organizational climate* berpengaruh signifikan terhadap kinerja kantor akuntan publik. Ketiga, *individual capability* dan *the organizational climate* berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja kantor akuntan publik. Pengujian juga membuktikan bahwa *individual capability* adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kinerja kantor akuntan publik. Choo dan Bontis (2002) yang menyatakan terdapat banyak dukungan terhadap asersi bahwa *intellectual capital* merupakan kunci penentu bagi nilai suatu perusahaan dan kinerja ekonomi nasional. Pernyataan tersebut juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh O'Regan, O'Donnell, Kennedy, Bontis, dan Cleary (2004) terhadap CEO dan CFO di Irlandia. Penelitian tersebut memberikan kesimpulan bahwa persepsi CEO dan CFO Irlandia adalah mendukung asersi bahwa *intellectual capital* merupakan kunci penentu nilai suatu perusahaan dan kinerja ekonomi nasional baik selama kondisi ekonomi baik atau dalam masa penurunan kondisi ekonomi. Hasil penelitian yang lain menunjukkan bahwa

terdapat hubungan yang positif antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan (Pulic, 1998). Disamping itu, Hasil penelitian Pulic (1998), Bontis (1998) menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *structural capital* dengan kinerja perusahaan.

Hipotesis yang akan di uji secara empiris dalam penelitian ini dinyatakan dengan rumusan sebagai berikut:

- H1 : *Human capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*.  
H2 : *Customer capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*.  
H3 : *Structural capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*.

## METODE PENELITIAN

### *Sampel dan Pengumpulan Data*

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik perusahaan swasta yang ada di Kota Palembang. Sampel yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah Provinsi Sumatera Selatan. Pengambilan sampel dilakukan secara random, sedangkan desain *sampling* yang digunakan adalah *unrestricted random sampling* dengan *simple random sample*. Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 68.

### *Variabel Penelitian dan Pengukurannya*

Adapun tabel berikut ini akan menyajikan item-item dalam instrumen penelitian atau kuesioner.

**Tabel 1. Kisi-Kisi Penyusunan Instrumen**

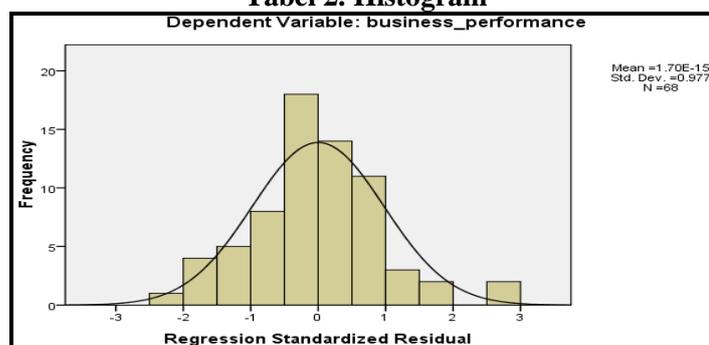
| Variabel                | Dimensi   | Pertanyaan                      |
|-------------------------|---|---------------------------------|
| <i>Human Capital</i>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kompetensi ideal</li> <li>- Program pelatihan penggantian</li> <li>- Perencana melakukan perencanaan sesuai jadwal</li> <li>- Kerjasama pegawai di dalam tim</li> <li>- Perkembangan dan pemeliharaan hubungan internal</li> <li>- Adanya ide-ide baru</li> <li>- Peningkatan kemampuan pegawai</li> <li>- Para pegawai cerdas</li> <li>- Para pegawai adalah terbaik di dalam industri</li> <li>- Para pegawai merasa puas</li> <li>- Para pegawai bekerja dengan cara yang terbaik</li> <li>- Program rekrutmen menyeluruh</li> <li>- Keluarnya pegawai bukan merupakan masalah besar</li> <li>- Keluarnya pegawai selalu memikirkan tindakan-tindakannya</li> <li>- Aktivitas dilakukan dengan seluruh kemampuan</li> <li>- Para individu belajar dari individu yang lain</li> <li>- Pendapat para pegawai</li> <li>- Mendapat yang terbaik dari pegawai</li> <li>- Para pegawai tidak merendahkan pegawai lain dengan level lebih rendah</li> <li>- Pegawai memberikan seluruh upayanya sehingga membuat perusahaan berbeda</li> </ul> | 20 Pertanyaan<br>Skala 1-20     |
| <i>Customer Capital</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsumen secara umum puas</li> <li>- Pengurangan waktu untuk memecahkan masalah</li> <li>- Pangsa pasar meningkat</li> </ul>   | 17<br>Pertanyaan<br>Skala 21-37 |

|                             |   |                                 |
|-----------------------------|---|---------------------------------|
|                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pangsa pasar yang dicapai adalah tertinggi</li> <li>- Hubungan yang langgeng</li> <li>- Layanan yang bernilai tambah</li> <li>- Konsumen loyal</li> <li>- Konsumen semakin memilih kita</li> <li>- Perusahaan berorientasi pasar</li> <li>- Melakukan pertemuan dengan konsumen</li> <li>- Informasi konsumen menyebar</li> <li>- Memahami target pasar</li> <li>- Peduli dengan yang diinginkan konsumen</li> <li>- Mewujudkan keinginan konsumen</li> <li>- Meluncurkan sesuatu yang baru</li> <li>- Yakin terhadap konsumen di masa yang akan datang</li> <li>- Umpan balik dengan konsumen</li> </ul>  |                                 |
| <i>Structural Capital</i>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rendahnya biaya transaksi</li> <li>- Memperbaiki biaya per rupiah pendapatan</li> <li>- Meningkatnya pendapatan tiap pegawai</li> <li>- Pendapatan tiap pegawai adalah yang terbaik</li> <li>- Penurunan waktu transaksi</li> <li>- Waktu transaksi adalah yang terbaik</li> <li>- Mengembangkan lebih banyak ide di dalam industri</li> <li>- Perusahaan adalah efisien</li> <li>- Sistem memungkinkan adanya akses info yang mudah</li> <li>- Prosedur mendukung inovasi</li> <li>- Birokrasi perusahaan tidak rumit</li> <li>- Struktur organisasi membuat pegawai tidak merasa jauh diantara pegawai yang lain</li> <li>- Suasana bersifat mendukung</li> <li>- Berbagi pengetahuan saat seseorang memiliki ide hebat</li> </ul> | 16<br>Pertanyaan<br>Skala 38-53 |
| <i>Business Performance</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepemimpinan dalam industri</li> <li>- Pandangan masa depan</li> <li>- Laba</li> <li>- Pertumbuhan laba</li> <li>- Pertumbuhan penjualan</li> <li>- Return on assets setelah pajak</li> <li>- Respon keseluruhan terhadap persaingan</li> <li>- Tingkat kesuksesan di dalam peluncuran produk baru</li> <li>- Business performance secara keseluruhan</li> </ul>   | 10<br>Pertanyaan<br>Skala 54-63 |

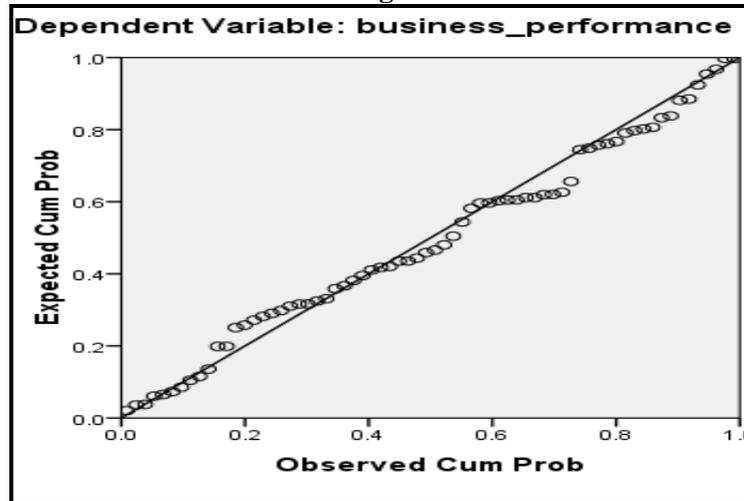
Sumber: Bontis et.al. (2000)

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian, didapatkan hasil yakni seluruh butir pertanyaan (item) pada semua variabel adalah valid. Sehingga data yang dihasilkan dapat dianalisis lebih lanjut. Sedangkan hasil uji reliabilitas terlihat bahwa uji reliabilitas konsistensi internal koefisien *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel berada pada tingkat yang dapat diterima yaitu di atas 0,60 (Nunnally, 1994).

**Tabel 2. Histogram**



**Tabel 3. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Selanjutnya untuk menguji kelayakan model regresi, penulis melakukan uji kualitas data untuk mendeteksi terjadinya gejala asumsi klasik yakni uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Hasilnya model regresi layak untuk digunakan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### *Karakteristik Responden*

Responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik, yaitu berdasarkan pendidikan dan jenis kelamin. Data kuesioner responden yang dapat digunakan dalam penelitian ini berjumlah 68 kuesioner.

**Tabel 4. Karakteristik Responden (Pemilik) Berdasarkan Pendidikan**

| No.           | Bidang Usaha    | Pendidikan Terakhir |                 |                  | Jumlah (%)      |
|---------------|-----------------|---------------------|-----------------|------------------|-----------------|
|               |                 | SLTA (%)            | Diploma (%)     | Strata 1 (%)     |                 |
| 1             | Jasa            | 6 (31,6)            | 1 (5,3)         | 12 (63,2)        | 19 (100)        |
| 2             | Dagang          | 13 (44,8)           | 0 (0)           | 16 (55,2)        | 29 (100)        |
| 3             | Jasa dan Dagang | 6 (46,2)            | 5 (38,5)        | 2 (15,4)         | 13 (100)        |
| 4             | Manufaktur      | 4 (57,1)            | 1 (14,3)        | 2 (28,6)         | 7 (100)         |
| <b>Jumlah</b> |                 | <b>29 (42,6)</b>    | <b>7 (10,3)</b> | <b>32 (47,1)</b> | <b>68 (100)</b> |

Sumber: Data Primer diolah, 2009

Berdasarkan tabel 2. tampak bahwa rata-rata responden sampel pemilik perusahaan swasta memiliki latar belakang pendidikan dengan jenjang strata 1 (47,1%) dan SLTA (42,6%), kemudian jenjang pendidikan diploma sebesar 10,3%. Hal ini menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan responden sampel pemilik perusahaan sudah baik dan memberikan gambaran untuk mendukung peningkatan kinerja perusahaan tersebut. Data ini ditabulasi hanya berdasarkan karakteristik responden (pemilik) yang mengisi kuesioner.

**Tabel 5. Karakteristik Responden (Pemilik) Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No.               | Bidang Usaha    | Jenis Kelamin |               | Jumlah (%) |
|-------------------|-----------------|---------------|---------------|------------|
|                   |                 | Laki-Laki (%) | Perempuan (%) |            |
| 1                 | Jasa            | 14 (73,7)     | 26,3 (19,11)  | 19 (100)   |
| 2                 | Dagang          | 15 (51,7)     | 14 (48,3)     | 29 (100)   |
| 3                 | Jasa dan dagang | 11 (84,6)     | 2 (15,4)      | 13 (100)   |
| 4                 | Manufaktur      | 4 (57,1)      | 3 (42,9)      | 7 (100)    |
| <b>Jumlah (%)</b> |                 | 44 (57,1)     | 24 (35,3)     | 68 (100)   |

Sumber: Data Primer diolah, 2009

Berdasarkan tabel 3. persentase responden perempuan pemilik (35,3%) yang berpartisipasi lebih banyak dibandingkan responden laki-laki pemilik (57,1%).

### ***Pengujian Hipotesis***

Penelitian ini menguji hipotesis-hipotesis dengan metode analisis regresi berganda (*multiple regression*). Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dan hipotesis dalam penelitian ini, metode regresi berganda menghubungkan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen dalam suatu model prediktif tunggal. Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh faktor *intellectual capital* (*human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*) terhadap *business performance*. Adapun uji korelasi antar variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 6. Correlations**

|                     |                      | Business Performance | Human capital | Customer Capital | Structural capital |
|---------------------|----------------------|----------------------|---------------|------------------|--------------------|
| Pearson Correlation | business_performance | 1.000                | .947          | .868             | .254               |
|                     | human_capital        | .947                 | 1.000         | .837             | .293               |
|                     | Customer_capital     | .868                 | .837          | 1.000            | .211               |
|                     | structural_capital   | .254                 | .293          | .211             | 1.000              |
| Sig. (1-tailed)     | business_performance | .                    | .000          | .000             | .018               |
|                     | human_capital        | .000                 | .             | .000             | .008               |
|                     | Customer_capital     | .000                 | .000          | .                | .042               |
|                     | structural_capital   | .018                 | .008          | .042             | .                  |
| N                   | business_performance | 68                   | 68            | 68               | 68                 |
|                     | human_capital        | 68                   | 68            | 68               | 68                 |
|                     | Customer_capital     | 68                   | 68            | 68               | 68                 |
|                     | structural_capital   | 68                   | 68            | 68               | 68                 |

### Hasil Uji F (Simultan/Serempak)

Korelasi menjelaskan hubungan antara variabel bebas ( $X_1$ - $X_3$ ) yang tersusun dalam model persamaan regresi terhadap *business performance* (Y). Sedangkan koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel *business performance*. Untuk maksud ini, berikut ini disajikan *output model summary* SPSS 16.0. pada tabel 5. di bawah ini.

**Tabel 7. Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .957 <sup>a</sup> | .917     | .913              | 1.283                      | 1.060         |

a. Predictors: (Constant), structural\_capital, Customer\_capital, human\_capital

b. Dependent Variable: business\_performance

**Tabel 8. ANOVA<sup>b</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 1157.178       | 3  | 385.726     | 234.326 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 105.351        | 64 | 1.646       |         |                   |
|       | Total      | 1262.529       | 67 |             |         |                   |

a. Predictors: (Constant), structural\_capital, Customer\_capital, human\_capital

b. Dependent Variable: business\_performance

Berdasarkan tabel di atas, koefisien R *Square* sebesar 0.917 berarti variabel bebas memiliki hubungan yang erat dengan *business performance*, sedangkan *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) adalah sebesar 0.913 atau 91.3%. Ini berarti, ketiga variabel bebas ( $X_1$ - $X_3$ ) dapat menjelaskan *business performance* dengan kontribusi sebesar 91.3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak masuk dalam penelitian ini. Tabel ANOVA di bawah ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 234.326 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena probabilitas (0.000) lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi bahwa terdapat hubungan signifikan antara variabel dependen (*human capital*, *customer capital* dan *structural capital*) dengan semua variabel independen (*business performance*) secara bersama-sama.

**Tabel 9. Coefficient<sup>a</sup>**

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Correlations |         |       | Collinearity Statistics |       |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|--------------|---------|-------|-------------------------|-------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Zero-order   | Partial | Part  | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)         | -23.999                     | 3.874      |                           | -6.195 | .000 |              |         |       |                         |       |
|       | human_capital      | .750                        | .068       | .745                      | 11.013 | .000 | .947         | .809    | .398  | .285                    | 3.505 |
|       | Customer_capital   | .225                        | .060       | .248                      | 3.751  | .000 | .868         | .424    | .135  | .298                    | 3.354 |
|       | structural_capital | -.026                       | .062       | -.016                     | -.423  | .674 | .254         | -.053   | -.015 | .910                    | 1.098 |

a. Dependent Variable: business\_performance

Adapun persamaan regresi linear yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data adalah sebagai berikut:

$$Y = -23.999 + 0.750X_1 + 0.225 X_2 - 0.026 X_3$$

### ***Pengujian Hipotesis 1***

Hipotesis 1 menguji *Human capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*. Untuk Uji Hipotesis pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$ , dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t-statistik, dengan t-hitung (11.013) dan sig. sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, yang berarti variabel *human capital* berpengaruh nyata dan positif terhadap variabel *business performance* pada taraf nyata 5%. Oleh karena itu diambil keputusannya adalah tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ .

### ***Pengujian Hipotesis 2***

Hipotesis 1 menguji *customer capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*. Untuk Uji Hipotesis pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$ , dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t-statistik, dengan t-hitung (3.751) dan sig. sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, yang berarti variabel *customer capital* berpengaruh nyata dan positif terhadap variabel *business performance* pada taraf nyata 5%. Oleh karena itu diambil keputusannya adalah tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ .

### ***Pengujian Hipotesis 3***

Hipotesis 1 menguji *Structural capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance*. Untuk Uji Hipotesis pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$ , dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t-statistik, dengan t-hitung (-0.423) dan sig. sebesar 0.674 yang lebih besar dari 0.05, yang berarti variabel *structural capital* tidak berpengaruh terhadap variabel *business performance* pada taraf nyata 5%. Oleh karena itu diambil keputusannya adalah tolak  $H_1$  dan terima  $H_0$ .

## **PEMBAHASAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan dukungan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Hasil uji hipotesis 1 dapat memberikan gambaran tentang eksistensi *human capital* khususnya pada perusahaan-perusahaan swasta di Kota Palembang. Pada perusahaan-perusahaan tersebut, *human capital* dengan *tacit knowledge* mampu menciptakan nilai (*value creation*) bagi perusahaan. Esensi *human capital* terletak pada kecerdasan para pegawai. Dengan kreativitas dan kecerdasannya, para pegawai perusahaan-perusahaan di Kota Palembang mampu untuk melakukan pekerjaan dengan cara yang paling baik sehingga perusahaan merasa telah mendapat yang terbaik dari para pegawai. Dengan seluruh upaya yang diberikan, pegawai mampu membuat perusahaan menjadi berbeda dibandingkan dengan perusahaan lain.

Hipotesis 2 menunjukkan penolakan atas penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bontis (1998) yang menemukan bahwa hubungan *customer capital* dengan *business performance* bersifat negatif dengan koefisien beta sebesar -0.065. Perusahaan sudah mulai dapat menggali *customer capital* untuk penciptaan nilai perusahaan. Kebijakan-kebijakan strategis perusahaan sudah mulai mengarah ke orientasi pasar dan mulai mengutamakan kepuasan konsumen. Akan tetapi perusahaan masih perlu melakukan investasi yang cukup besar untuk memfokuskan pada konsumen sehingga akan dapat menjadi penentu pasar. Hal tersebut selanjutnya akan menciptakan rutinitas dan proses organisasi yang efisien dan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Pemeliharaan hubungan dengan konsumen, mengetahui konsumen-konsumen terbaiknya dan

melibatkannya dalam pembuatan keputusan merupakan hal penting agar perusahaan dapat mencapai kesuksesan.

Sedangkan hipotesis 3 dalam penelitian menyatakan pertentangan dengan hasil penelitian Pulic (1998), Bontis (1998) menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *structural capital* dengan kinerja perusahaan. Usaha-usaha perusahaan di Kota Palembang belum mampu mengkodifikasikan pengetahuan perusahaan dan selanjutnya mengembangkan *structural capital* dengan menerapkan sebagian besar ide-ide yang hebat, mengembangkan lebih banyak ide dan produk baru dibandingkan dengan perusahaan lain. Disamping itu belum adanya sistem data yang mempermudah dalam akses informasi yang relevan untuk memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Dimana keunggulan tersebut pada akhirnya secara relatif akan menghasilkan *business performance* yang lebih tinggi, dimana *business performance* disini tidak saja yang berhubungan dengan keuangan seperti pertumbuhan penjualan, atau *return on sales* setelah pajak, namun juga berhubungan dengan non keuangan seperti respon keseluruhan terhadap persaingan atau tingkat keberhasilan di dalam peluncuran produk baru.

## **KESIMPULAN**

Analisis regresi menunjukkan bahwa dari tiga variabel bebas, terdapat 2 variabel yang berperan signifikan dan positif yaitu variabel *human capital* dan *customer capital*, sedangkan variabel *structural capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap *business performance* untuk perusahaan-perusahaan swasta di Kota Palembang.

## **Keterbatasan**

Peneliti mengakui sejumlah keterbatasan dalam penelitian ini yang kemungkinan dapat menimbulkan bias hasil penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Responden penelitian ini terbatas pada pemilik perusahaan swasta di Kota Palembang dengan jumlah responden yang cukup rendah dari total populasi. Penggunaan sampel yang terbatas ini kemungkinan akan mengurangi kemampuan hasil penelitian ini untuk digeneralisasi.
2. Dalam penelitian ini peneliti tidak melihat pengaruh *intellectual capital* dengan pengukuran *monetary* terhadap *business performance*.
3. Peneliti hanya menggeneralisasi pengaruh faktor-faktor *intellectual capital* (*human capital*, *customer capital*, dan *structural capital*) terhadap *business performance*, sehingga tidak melihat atau mengabaikan hubungan mendalam antar dimensi dalam faktor *intellectual capital*, misalnya: hubungan antara *human capital* dengan *structural capital*.

## **SARAN**

Mengingat pentingnya topik penelitian ini untuk pengembangan teori dan *intellectual capital* secara teoritis maupun praktis, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan objek penelitian yang berada di Kota Palembang sehingga memiliki kemungkinan mengurangi kemampuan generalisasi temuan penelitian ini.
2. Mengembangkan perspektif yang diteliti, misalnya: menguji pengaruh pengungkapan *intellectual capital* terhadap *corporate social responsibility* perusahaan, menguji hubungan *intellectual capital* dengan *artificial intelligence*.
3. Pertimbangan untuk melihat homogenitas perusahaan baik dari sisi jenis usaha dan skala usaha (kecil, menengah dan besar).

4. Keterbatasan lain dalam penelitian ini dikarenakan terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian bersifat subjektif atau berdasarkan persepsi responden, sehingga dapat menimbulkan masalah jika persepsi responden berbeda dengan keadaan sesungguhnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Accounting Principles Board. 1970. *Intangible Assets*. APB Opinion 17. American Institute of Certified Public Accountants, New York.
- Accounting Standards Board. 1997. *Goodwill and Intangible Assets*. FRS 10. Accounting Standards Board, London.
- Aldrich, H.E. 1976. "Resource Dependence and Inter Organizational Relation". *Administration and Society*. Vol. 7, pp. 419-454.
- Astuti, Partiwi Dwi. 2005. "Hubungan Intellectual Capital dan Business Performance." *Jurnal MAKSI*. Vol 5, 34-58.
- Bontis, N, Wiliam Chua Chong Keow dan Stanley Richardson. 2000. "Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries." *Journal of Intellectual Capital*. Vol 1, No. 1, 85-100.
- Bontis, N. 1998. "Intellectual Capital: an Exploratory Study that Develops Measures and Models." *Management Decision*. Vol. 36 No. 2, 63-76.
- Bontis, N., Keow, W.C.C., Richardson, S. 2000. "Intellectual capital and business performance in Malaysian industries". *Journal of Intellectual Capital* Vol. 1 No. 1. pp. 85-100.
- Brinker, Barry (2000), "Intellectual Capital: Tomorrows Asset, Today's Challenge", <http://www.cpavision.org/vision/wpaper05b.cfm>.
- Brooking, Annie (1996), *IC: Cone Assets for Rhird Millenium Eterprose*, London-England: Thomson Business Press.
- Harrison, S., and P.H. Sullivan. 2000. "Profitting form intellectual capital; Learning from leading companies". *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 1 No. 1. pp. 33-46.
- Hong, Pew Tan, David Plowman dan Phil Hancock. 2007. "Intellectual Capital and Financial Returns of Companies." *Journal of Intellectual Capital*. Vol 8, No. 1, 76-95.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- International Accounting Standards Board. 2004. *Intangible Assets*. IAS 38. International Accounting Standards Board, London.
- Itami, H. 1987. *Mobilizing invisible assets*. Cambridge. MA. : Harvard University Press.
- Kaplan, R.S. and D.P. Norton. 1992. "The balanced scorecard – measures that drive performance". *Harvard Business Review*. Vol. 70 No. 1. pp. 71-9.
- O'Regan, P., O'Donnell, D., Kennedy, T., Bontis, N., and Cleary, P. 2004. "Perceptions Of Intellectual Capital: Irish Evidence", *Journal of Human Resource Costing & Accounting*. 6,2, pp.29-38.
- Olve, N.E., Roy, J. and Wetter, M. 1999. "A Practical Guide to Using the Balanced Scorecard-Performance Drivers". John Wiley & Sons. Chichester.
- Penrose, E.T. 1959. *The Theory of the Growth of yhe Firm*". Basil Blackwell & Mott Ltd. Great Britain.
- Pfeffer, J. And Salancik, G.R. 1978. "The External Control of Organizations: A Resource-Dependence Perspective", Harper and Row, New York, NY.
- Pulic, A. 1998. "Measuring the performance of intellectual potential in knowledge economy". Paper presented at the 2nd McMaster Word Congress on Measuring

- and Managing Intellectual Capital by the Austrian Team for Intellectual Potential.
- Roos, Johan., Goran Roos, Nicola C. Dragonetti, and Leif Edvinsson (1997), *Intellectual Capital Navigating The New Business Landscape*, London; MacMillan Press Ltd.
- Rupert, Booth. (1998), “The Measurement of Intellectual Capital”, *Management Accounting*. (Nov), Vol. 76, page 26-28
- Saint-Onge, Hubert (1996), “Tacit Knowledge; The Key To The Strategic Aligment of Intellectual Capital”, *Strategic Leadership*, (March/April), page 10.
- Sawarjuwono, Tjiptohadi dan Agustine Prihatin Kadir. 2003. “Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran dan Pelaporan (Sebuah Library Research).” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol 5, No. 1, 31-51.
- Starovic, D. and Marr, B. 2004. “*Understanding Corporate Value: managing and Reporting Intellectual Capital*”. Chartered Institute of Management Accountants.
- Stewart, T A. 1997. “*Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations.*” New York: Doubleday.
- Stewart, Thomas A. (1998), *Intellectual Capital “Modal Intelektual Kekayaan Baru Organisasi*”, Jakarta: PT Elekmedia Komputindo
- Sveiby, K.E. 2001. “Method for measuring intangible assets”. available online at: [www.sveiby.com/articles](http://www.sveiby.com/articles) (accessed December 2006)
- Tan, H.P., D. Plowman, P. Hancock. 2007. “Intellectual capital and financial returns of companies. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 8 No. 1. pp. 76-95.
- Thompson, J.D. 1967. “*Organization in Action*”. McGraw-Hill, New York.
- Wernerfelt, B. 1984. “A Resources-Based View of the Firm”. *Strategic Management Journal*. Vol. 5, pp. 171-180.