

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebuah perusahaan yang baik hendaknya memiliki sumber daya intelektual dan kemampuan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan mampu berkembang dan bersaing dengan adanya inovasi kreatif yang berasal dari modal intelektual. Modal intelektual inilah yang harus dikembangkan dalam sebuah perusahaan agar mampu mencapai kinerja yang diinginkan.

Perkembangan industri sekarang telah memicu perusahaan agar mampu memiliki keunggulan kompetitif dalam persaingan yang semakin ketat. Di masa sekarang ini, kekayaan dan pertumbuhan ekonomi terutama dikendalikan oleh *intangibile aset*. *Intangibile aset* yang dimaksud adalah modal intelektual (*intellectual capital/ IC*) yang diakui sebagai landasan individual, organisasional, dan persaingan umum di abad-21 (Bounfour dkk, 2005 dalam Fajariyah, 2012). Modal intelektual yang terdiri dari *human capital*, *customer capital*, dan *structural capital* merupakan pendorong utama inovasi dan keunggulan kompetitif dalam ekonomi berbasis pengetahuan yang telah berkembang saat ini (Teece, 2000 dalam Fajariyah, 2012).

Aset fisik dari perusahaan berbasis pengetahuan memiliki kontribusi yang lebih kecil pada produk atau pelayanan akhir perusahaan dari pada aset yang tidak terlihat, seperti bakat orang-orangnya, keefektifan sistem manajemennya, hubungan kepada pelanggan, semua itu adalah modal

intelektual (*intellectual capital*). Modal intelektual menjadi sangat penting sehingga wajar apabila sebuah organisasi yang tidak memanajemen pengetahuan adalah sebuah organisasi yang tidak memperhatikan bisnis dengan baik (Stewart, 1997).

Di Indonesia, fenomena *intellectual capital* (IC) mulai berkembang terutama setelah munculnya PSAK No. 19 (revisi 2000) tentang aktiva tidak berwujud. Meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit sebagai IC, namun lebih kurang IC telah mendapat perhatian (Ulum, 2009). Kemudian dalam PSAK No.19 (revisi 2009), aset tidak berwujud adalah aset non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif (IAI, 2007 dalam Fajariyah, 2012). Pada paragraf 09 dari pernyataan tersebut terdapat beberapa contoh, diantaranya ilmu pengetahuan dan teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar dan merk dagang (termasuk merk produk).

Meskipun PSAK yang didalamnya secara implisit menyinggung tentang IC telah mulai diperkenalkan sejak tahun 2000, namun dalam dunia praktik IC masih belum dikenal secara luas di Indonesia. Perusahaan Indonesia cenderung menggunakan *conventional based* dalam membangun bisnisnya, sehingga produk yang dihasilkannya masih miskin kandungan teknologi (Abidin, 2000 dalam Ulum, 2009). Di samping itu perusahaan-perusahaan tersebut belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*,

structural capital, dan *customer capital*. Padahal semua itu merupakan elemen pembangun *intellectual capital/ IC* perusahaan (Sawarjuwono dan Kadir, 2003 dalam Ulum, 2009).

Abidin (2000) dalam Indriastuti dan Arifah (2012) menyatakan bahwa jika perusahaan yang ada mengikuti perkembangan terkini, yaitu fokus pada pengelolaan *intellectual capital* secara maksimal, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia akan dapat bersaing dengan menggunakan keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh semua komponen *intellectual capital* (*human capital*, *customer capital* dan *structural capital*) yang dimiliki perusahaan. *Human capital* dapat diartikan sebagai kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, inovasi, dan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugasnya sehingga dapat menciptakan suatu nilai untuk mencapai tujuan (Maholtra, 2003 dan Bontis, 2002 dalam Hariyono dan Purnama, 2011). *Customer capital* merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai nyata bagi perusahaan dengan menciptakan suatu hubungan atau relasi yang harmonis dengan para mitra atau bagian di luar lingkungan perusahaan. *Customer capital* terdiri dari hubungan perusahaan dengan *stakeholders* yang meliputi hubungan antara perusahaan dengan konsumen, pemasok, kreditor, dan investor (Suhendah, 2012). Sedangkan *structural capital* merupakan pengetahuan yang tetap berada dalam perusahaan yang memberikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja

intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan (Starovic, dkk, 2004 dalam Suhendah, 2012).

Dalam hubungannya dengan kinerja perusahaan, Ketiga unsur *intellectual capital* ini memiliki peran yang sangat penting. *Human capital* dapat dilihat melalui kompetensi pegawai. Dengan adanya kompetensi pegawai (*human capital*) yang baik dalam suatu perusahaan, perusahaan tersebut mampu mengembangkan orientasi pasar bagi konsumen (Astuti dan Sabeni, 2005). Karyawan yang memiliki skill, pengalaman kerja dan pengetahuan yang baik mampu mengetahui apa kebutuhan konsumen dan dapat mengembangkan *customer capital* agar konsumen tetap loyal terhadap perusahaan.

Karyawan yang memiliki kompetensi dan pengetahuan kerja yang baik dapat meningkatkan inovasi perusahaan dan mampu memberikan solusi bila perusahaan tersebut mengalami masalah (Astuti dan Sabeni, 2005). Dengan kata lain, *human capital* dapat meningkatkan *structural capital* melalui optimalisasi kreatifitas dan kecerdasan karyawannya.

Loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan merupakan hal yang akan menentukan keberlangsungan suatu perusahaan. Keloyalan konsumen ini akan menimbulkan rasa memiliki dari konsumen tersebut terhadap perusahaan (Astuti dan Sabeni, 2005). Sehingga konsumen akan memberikan masukan dan partisipasinya bila perusahaan tersebut memiliki kekurangan. Bila hal ini dilakukan, maka perusahaan dapat memperbaiki pelayanan, rutinitas organisasi, sistem, budaya dan lain sebagainya.

Tercapainya *structural capital* dengan menterjemahkan sistem perusahaan menjadi lebih baik, maka akan dapat memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Sebagai contoh perusahaan mampu meningkatkan rutinitas, prosedur-prosedur, serta sistem dengan baik (Astuti dan Sabeni, 2005). Sehingga dengan adanya keunggulan bersaing, kinerja perusahaan tersebut akan semakin meningkat.

Kinerja perusahaan dapat dilihat dari aspek finansial dan non finansial. Aspek finansial 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 produktivitas serta komitmen pegawai (Mulyadi dan Setyawan, 2001 dalam Divianto, 2010).

Berdasarkan uraian diatas *intellectual capital* adalah hal yang penting dalam sebuah perusahaan. *Intellectual capital* merupakan entitas yang berperan penting dalam pencapaian kinerja perusahaan. Mengingat pentingnya hal tersebut, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul "ANALISIS INTER-RELASI ANTAR KOMPONEN *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN KINERJA PERUSAHAAN (Studi Empiris pada PT. Pelabuhan Indonesia III (PERSERO) Tanjung Intan Cilacap)".

B. Pembatasan Masalah

Penelitian ini menguji apakah *intellectual capital* memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Pembatasan masalah dalam penelitian ini dilakukan kepada *General Manajer*, Kepala Departemen, Kepala Divisi dan Subdivisi pada PT. Pelabuhan Indonesia III (PERSERO) Tanjung Intan Cilacap.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Human Capital* berpengaruh positif terhadap *Customer Capital*?
2. Apakah *Human Capital* berpengaruh positif terhadap *Structural Capital*?
3. Apakah *Customer Capital* berpengaruh positif terhadap *Structural Capital*?
4. Apakah *Structural Capital* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh *Human Capital* terhadap *Customer Capital*.
2. Menganalisis pengaruh *Human Capital* terhadap *Structural Capital*.
3. Menganalisis pengaruh *Customer Capital* terhadap *Structural Capital*.

4. Menganalisis pengaruh *Structural Capital* terhadap kinerja perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

1. Memberikan pengetahuan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya tentang pengaruh *intellectual capital* dalam meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Memberikan masukan kepada perusahaan tentang pentingnya *intellectual capital* dalam meningkatkan kinerja perusahaan.
3. Memberikan kontribusi terkait pengembangan konsep dan teori *intellectual capital* dalam membangun kinerja perusahaan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penelaahan penelitian ini, maka dirumuskan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang uraian teori yang melandasi penelitian ini yaitu berkaitan dengan *intellectual capital*, kinerja perusahaan, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Membahas mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variable, metode analisis data, alat analisis data dan deskripsi identitas responden.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil temuan yang diperoleh dalam penelitian dan analisis secara kuantitatif.

BAB V : PENUTUP

Menjelaskan tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.