

PENGARUH TIDAK LANGSUNG *HUMAN CAPITAL* MELALUI ELEMEN INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

Full paper

Erlin Melani

Politeknik Negeri Malang
erlinmelani13@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to examine the indirect effect of human capital through other elements of intellectual capital on firm performance. The other elements of intellectual capital that are innovation capital, process capital and customer capital. The data used in this research is annual report obtained from www.idx.co.id, with a population of manufacture companies listed on the BEI in 2010-2014. The sampling method using purposive sampling, and obtained as many as 16 samples that meet the criteria. Data were analyzed using SEM-PLS method. The results of this study proved that human capital has indirect effect on the company's performance through innovation capital, process capital and customer capital. This showed that human capital is the lifeblood of the intellectual capital. The results of this study indicated that the element of human capital is the main factor and plays an important role in the value creation process that could ultimately affect the performance of the company.

Keywords: *human capital, intellectual capital, indirect effect, performance*

1. Pendahuluan

Intelelctual capital (IC) merupakan sumber daya berbasis pengetahuan yang berkontribusi dalam penciptaan keunggulan kompetitif perusahaan. IC memiliki peran yang cukup penting dalam proses penciptaan nilai di era *knowledge-based economic* saat ini, guna mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Komponen IC dikelompokkan menjadi tiga yaitu *human capital*, *customer (relational) capital*, dan *structural capital*. *Structural capital* terdiri dari *innovation capital* dan *process capital* (Edvinsson and Malone, 1997; Bontis *et al.*, 1999; Leana dan Van Buren, 1999; Joia, 2000; Bontis, 2002; Choo and Bontis, 2002).

IC merupakan interaksi dari *human capital*, *customer capital*, dan *structural capital* (Bontis 1998). *Human capital* di dalam suatu organisasi memiliki potensi penuh untuk membangun orientasi pasar bagi konsumennya. Studi yang dilakukan oleh Bontis (1998), (Bontis *et al.* 2000), dan Pratiwi (2005), serta Margaretha dan Rakhman (2006), menemukan hubungan positif signifikan antara *human capital* dan *customer capital*. Bontis (1998) juga menemukan hubungan yang positif dan signifikan antara *customer capital* dan *business performance*. Astuti dan Sabeni (2005) menyatakan dengan kecerdasan, keahlian, dan kreativitas yang dimiliki perusahaan dapat mengurangi waktu dalam memecahkan permasalahan konsumen, memahami segmen pasar dan profil konsumen, sehingga meningkatkan loyalitas konsumen dan dengan sendirinya akan meningkatkan pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, dan kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Human capital juga diakui memiliki peran penting dalam kinerja perusahaan. Tidak hanya diakui dapat meningkatkan kinerja, namun juga berperan menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Pfeffer, 1994; Uzi, 1996, dalam Wang dan Chingfu, 2005). Studi yang menguji hubungan antara kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan juga telah banyak dilakukan, namun hasilnya belum konsisten. Beberapa peneliti menemukan hubungan signifikan dan positif antara kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan (Ittner dan Larcker, 1998a; Banker *et al.*, 2000) tetapi yang lainnya tidak (Ittner dan Larcker, 1998b; Arthur Andersen & Co, 1994; Anderson *et al.*, 1994).

Lingkungan bisnis merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis (perusahaan). Aktivitas keseharian organisasi mencakup interaksi dengan lingkungan kerja. Hal ini termasuk hubungannya dengan pelanggan, *suppliers*, serikat dagang dan pemegang saham. Lingkungan bisnis berperan dalam mempengaruhi penetapan strategi organisasi. Menurut Kaplan dan Norton dalam Mulyadi (2001), dalam proses bisnis internal, manajer harus bisa mengidentifikasi proses internal yang penting, dimana perusahaan diharuskan melakukan dengan baik karena proses internal tersebut mempunyai nilai-nilai yang diinginkan konsumen dan dapat memberikan pengembalian yang diharapkan oleh para pemegang saham.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Wang dan Chingfu (2005) yang dilakukan di Taiwan dengan menekankan pada keterkaitan antara unsur-unsur IC. Jika hubungan sebab akibat antara unsur-unsur IC dapat dipahami, maka peningkatan kinerja bisnis dapat difasilitasi melalui

pengelolaan unsur IC yang paling dominan dengan lebih tepat. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh tidak langsung *human capital* terhadap kinerja melalui *relational capital*, *innovation capital* dan *process capital*.

2. Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

2.1. *Human Capital* dan Kinerja

Intellectual Capital (IC) merupakan *intellectual material* yang telah diformalkan, diperoleh, dan dimanfaatkan untuk menghasilkan aset yang bernilai lebih tinggi (Kooistra dan Zijlstra, 2001). Sedangkan menurut Firer dan Williams (2003) *intellectual capital* adalah informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai. *Intellectual capital* merupakan *intangible resources* yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan kinerja keuangan yang superior (Barney, 1991 dalam Belkaoui, 2003). Berdasarkan pendekatan *Resource-Based Theory* dinyatakan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. *Resource-based view theory* melihat sumber daya yang dimiliki perusahaan sebagai pendorong utama dari kinerja dan kemampuan bersaing perusahaan (Belkaoui, 2003).

Secara umum para peneliti mengidentifikasi tiga konstruk utama dari *intellectual capital*, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* (Bontis *et al.*, 2000). *Structural capital* dibagi menjadi 2 yaitu *process capital* dan *innovation capital* (Edvinsson and Malone, 1997; Bontis *et al.*, 1999; Buren, 1999; Joia, 2000; Bontis, 2002; Choo and Bontis, 2002). *Human capital* merepresentasikan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya (Bontis *et al.*, 2000).

Human capital diakui memiliki peran penting dalam kinerja perusahaan. Tidak hanya diakui dapat meningkatkan kinerja, namun juga berperan menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Pfeffer, 1994; Uzi, 1996, dalam Wang dan Chingfu, 2005). Studi yang menguji hubungan antara kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan juga telah banyak dilakukan, namun hasilnya belum konsisten. Beberapa peneliti menemukan hubungan signifikan dan positif antara kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan (Ittner dan Larcker, 1998a; Banker *et al.*, 2000) tetapi yang lainnya tidak (Ittner dan

Larcker, 1998b; Arthur Andersen & Co, 1994; Anderson *et al.*, 1994). Di antara unsur-unsur IC, *human capital* adalah yang paling mendasar. Van der Meer-Kooistra dan Zijlstra (2001) menunjukkan bahwa pengetahuan manusia dan pengalaman adalah unsur utama, yang merupakan basis dari unsur-unsur lain dan yang akan berdampak pada nilai perusahaan melalui unsur lainnya. Hipotesis yang diajukan yaitu:

H1 : Human capital berpengaruh tidak langsung dan positif terhadap kinerja

2.2. *Human Capital dan Innovation Capital*

Structural capital merupakan kemampuan organisasi dalam memenuhi rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufaktur, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan (Sawarjuwono dan Kadir, 2003). *Structural capital* terdiri dari *innovation capital* dan *process capital*.

Meskipun unsur-unsur IC memiliki dampak langsung pada kinerja, namun kinerja perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan elemen tunggal. Jika sebuah perusahaan ingin menciptakan nilai maka diperlukan kombinasi yang memadai dari semua elemen (Edvinsson dan Malone, 1997; van der Meer-Kooistra dan Zijlstra, 2001; Hussi dan Ahonen, 2002; dan Bukh, 2003). Pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan merupakan sumber inovasi. Untuk mengakumulasi *innovation capital*, selain bergantung pada upaya perusahaan dan input yang aktif, peningkatan kemampuan karyawan dapat menjadi sebuah faktor yang berpengaruh. Konsekuensinya, akan lebih tepat untuk mengatakan bahwa *human capital* memang berkaitan erat dengan *innovation capital*. Hipotesis yang diajukan:

H2 : Human capital berpengaruh positif terhadap innovation capital.

2.3. *Human Capital dan Process Capital*

Aktivitas keseharian organisasi mencakup interaksi dengan lingkungan kerja. Hal ini termasuk hubungannya dengan pelanggan, *suppliers*, serikat dagang dan pemegang saham. Lingkungan bisnis berperan dalam mempengaruhi penetapan strategi organisasi. Menurut Kaplan dan Norton dalam Mulyadi (2001), dalam proses bisnis internal, manajer harus bisa mengidentifikasi proses

internal yang penting, dimana perusahaan diharuskan melakukan dengan baik karena proses internal tersebut mempunyai nilai-nilai yang diinginkan konsumen dan dapat memberikan pengembalian yang diharapkan oleh para pemegang saham. Perusahaan sangat bergantung pada karyawannya untuk melaksanakan proses bisnis internal. Menurut hubungan sebab akibat antara perspektif pertumbuhan dan pembelajaran dengan perspektif proses bisnis internal, menyatakan bahwa sangat dimungkinkan *human capital* mempengaruhi *process capital*. Hipotesis yang diajukan:

H3 : Human capital berpengaruh positif terhadap process capital.

2.4. Human Capital dan Customer Capital

Customer capital menggambarkan potensi organisasi untuk memiliki sumber daya *intangible* yang berada di luar perusahaan dan merupakan tambahan kekuatan bagi *human capital* dan *structural capital*. *Relational (customer) capital* dapat tercipta melalui pengetahuan karyawan yang diproses dengan *structural capital* yang akhirnya menghasilkan hubungan yang baik dengan pihak luar. Elemen ini merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata, merupakan hubungan yang harmonis 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 masyarakat sekitar (Sawarjuwono dan Kadir, 2003). Stewart (1997) menekankan hubungan antara kemampuan karyawan dan konsumen. Ini mengindikasikan bahwa karyawan seharusnya memiliki pengetahuan atau ketrampilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen, hal ini juga harus ditekankan pada perusahaan. Hipotesisnya:

H4 : Human capital berpengaruh positif terhadap customer capital.

2.5. Innovation Capital dan Kinerja

Inti dari inovasi adalah keterbaruan dari sebuah ide yang dapat meningkatkan kinerja organisasi (Camison-Zomoza *et al.*, 2004). Salah satu aspek yang mempengaruhi inovasi perusahaan adalah besarnya biaya *Reserch and Development (R&D)*. Riset yang dilakukan oleh Chang dan Jasper (2011) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara biaya R&D dengan operasional perusahaan, keuangan, dan kinerja saham pada industri semi konduktor di Taiwan. Hal ini mengindikasikan bahwa industri di Taiwan ini menganggap R&D sebagai sumber “*value creation*”.

Investasi dalam R&D oleh perusahaan semi konduktor tersebut berdampak pada keunggulan kompetitif dan ROA yang tinggi konsisten dengan tingginya investasi dalam R&D (Chang dan Jasper, 2011). Hipotesisnya yaitu:

H5 : Innovation capital berpengaruh positif terhadap kinerja.

2.6. Process Capital dan Kinerja

Lingkungan bisnis merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis (perusahaan). Aktivitas keseharian organisasi mencakup interaksi dengan lingkungan kerja. Hal ini termasuk hubungannya dengan pelanggan, *suppliers*, serikat dagang dan pemegang saham. Lingkungan bisnis berperan dalam mempengaruhi penetapan strategi organisasi. Menurut Kaplan dan Norton dalam Mulyadi (2001), dalam proses bisnis internal, manajer harus bisa mengidentifikasi proses internal yang penting, dimana perusahaan diharuskan melakukan dengan baik karena proses internal tersebut mempunyai nilai-nilai yang diinginkan konsumen dan dapat memberikan pengembalian yang diharapkan oleh para pemegang saham. Hipotesis yang diajukan:

H6 : Process capital berpengaruh positif terhadap kinerja.

2.7. Customer Capital dan Kinerja

Intellectual capital merupakan interaksi dari *human capital*, *customer capital*, dan *structural capital* (Bontis 1998). *Human capital* di dalam suatu organisasi memiliki potensi penuh untuk membangun orientasi pasar bagi konsumennya. Studi yang dilakukan oleh Bontis (1998), (Bontis *et al.* 2000), dan Partiwani (2004), serta Margaretha dan Rakhman (2006), menemukan hubungan positif signifikan antara *human capital* dan *customer capital*. Bontis (1998) juga menemukan hubungan yang positif dan signifikan antara *customer capital* dan *business performance*. Astuti dan Sabeni (2005) menyatakan dengan kecerdasan, keahlian, dan kreativitas yang dimiliki perusahaan dapat mengurangi waktu dalam memecahkan permasalahan konsumen, memahami segmen pasar dan profil konsumen, sehingga meningkatkan loyalitas konsumen dan dengan sendirinya akan meningkatkan pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, dan kinerja perusahaan secara menyeluruh. Hipotesis yang diajukan:

H7 : Customer capital berpengaruh positif terhadap kinerja.

3. Metode Penelitian

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kriteria pemilihan sampel yaitu: (1) Perusahaan manufaktur yang telah *go public* di Bursa Efek Indonesia dan mempublikasikan laporan keuangan yang telah diaudit per 31 Desember secara konsisten dari tahun 2010 sampai tahun 2014; (2) Perusahaan harus mempunyai laporan keuangan tahunan yang berakhir pada tanggal 31 Desember (3) Perusahaan harus tidak menunjukkan adanya laba operasi dan laba setelah pajak yang negatif pada laporannya pada tahun 2010 – 2014; (4) Perusahaan memiliki semua data yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan tahunan untuk tahun buku 2010 sampai dengan 2014. Data diperoleh dari Direktori Pasar Modal Indonesia (*Indonesian Capital Market Directory*) dan laporan keuangan yang tersedia secara *online* pada situs www.idx.co.id. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi.

3.3. Pengukuran Variabel

Berikut disajikan tabel pengukuran dari masing-masing variabel. Ukuran dari variabel-variabel yang digunakan diadaptasi dari beberapa literatur terkait pengukuran IC maupun determinan kinerja perusahaan (Edvinsson and Malone, 1997; Stewart, 1997; Sveiby, 1997; Bontis, 1998; Bukh *et al.*, 2001; Deeds, 2001; Mouritsen *et al.*, 2001; Wang dan Chingfu, 2005).

Tabel 1
Pengukuran Variabel

Variabel	Pengukuran
Kinerja	
<i>Return on assets</i> (K1)	EAT/Total asset
<i>Adjusted return on assets</i> (K2)	Laba operasional/total asset
<i>Return on stockholders' equity</i> (K3)	Laba operasional/ saham biasa yang beredar
<i>Adjusted return on stockholders' equity</i> (K4)	(Laba operasional – biaya bunga)/saham biasa yang beredar
<i>Operating income ratio</i> (K5)	Laba operasional/penjualan bersih
<i>Stock price</i> (K6)	<i>Closing price</i> saham akhir tahun
<i>Market value</i> (K7)	<i>Closing price</i> saham akhir tahun x jumlah saham biasa yang beredar
Human capital	
Jumlah karyawan (H1)	Jumlah total karyawan
Jumlah karyawan berpendidikan tinggi (H2)	Jumlah karyawan lulusan Universitas
Rasio latar belakang pendidikan tinggi (H3)	Jumlah lulusan PT/Total jumlah karyawan
<i>Payroll expense ratio</i> (H4)	Biaya gaji+biaya karyawan/penjualan bersih

<i>Innovation capital</i>	
<i>Current R&D density</i> (I1)	Biaya R & D tahun berjalan/penjualan bersih tahun berjalan
<i>Current R&D expense</i> (I2)	Biaya R & D tahun berjalan
<i>Income per R&D expense</i> (I3)	EAT/biaya R & D
<i>R&D intensity</i> (I4)	Biaya R & D tahun berjalan/ Total asset
<i>Process capital</i>	
<i>Productivity per employee</i> (P1)	Penjualan bersih/jumlah karyawan
<i>Value added per employee</i> (P2)	EAT/jumlah karyawan
<i>Firm age</i> (P3)	Tahun berdirinya perusahaan s/d tahun pengamatan
<i>Current capital turnover</i> (P4)	Penjualan bersih/rata-rata aset lancar
<i>Administrative expense ratio</i> (P5)	Biaya adm/penjualan bersih
<i>Administrative expense per employee</i> (P6)	Biaya adm/jumlah karyawan
<i>Inventory turnover</i> (P7)	CGS/rata-rata persediaan
<i>Plant assets turnover</i> (P8)	Penjualan bersih/aset tetap
<i>Customer capital</i>	
Growth rate (C1)	(Penjualan tahun berjalan – penjualan tahun sebelumnya) / penjualan tahun sebelumnya
Advertising expense (C2)	Biaya promosi
Marketing expense (C3)	Biaya pemasaran
Marketing expense ratio (C4)	Biaya pemasaran/penjualan bersih

3.4. Teknik Analisis Data

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS. Tahapan untuk analisis data menggunakan pendekatan dua langkah yaitu (1) melakukan analisis faktor konfirmatori, dan (2) menguji model struktural secara keseluruhan. Untuk melakukan pengujian hipotesis berdasarkan model penelitian maka dilakukan evaluasi model berikut ini:

1. *Measurement model (outer model)*

Merupakan pengujian yang dilakukan terhadap indikator yang membentuk variabel laten eksogen. Penelitian ini menggunakan konstruk formatif, maka yang perlu dilakukan dalam model pengukuran dalam penelitian ini yaitu melakukan pengujian validitas, indikator dikatakan valid jika nilai *outer weights* diatas 0,5 dan atau nilai T-Statistic di atas 1,96.

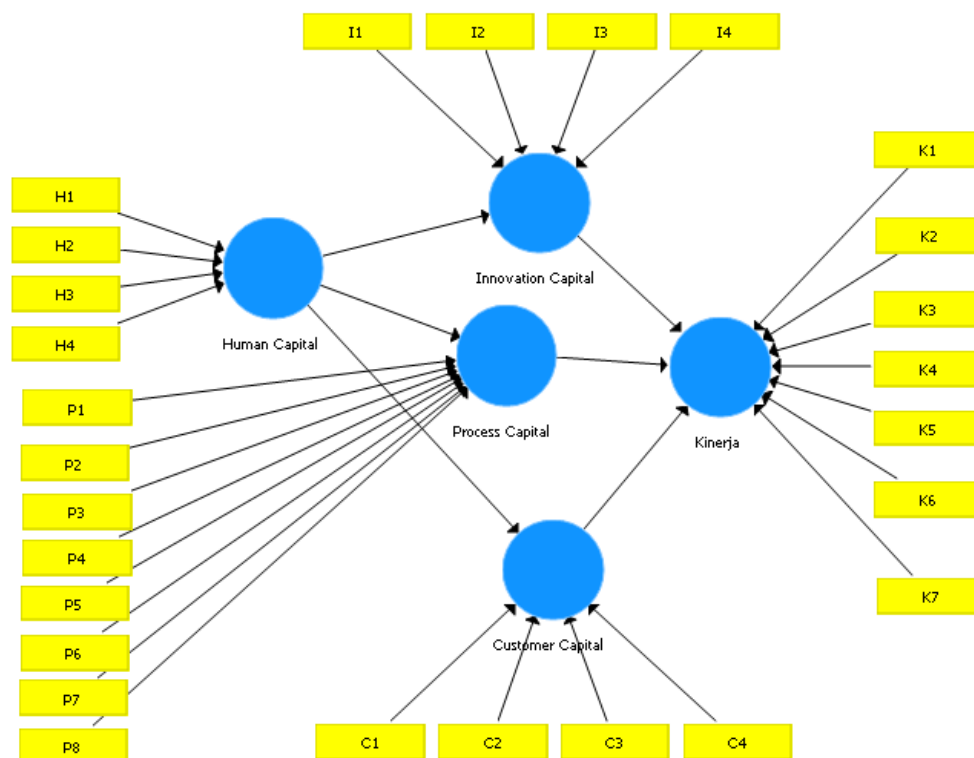
2. *Structural Model (inner model)*

Digunakan untuk menguji signifikansi variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen dan nilai dari R^2 . Semakin besar angka R^2 menunjukkan semakin besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, sehingga semakin baik persamaan struktural.

Berikut disajikan gambar model struktural, dalam penelitian ini.

Gambar 1.

Model Struktural



4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini memiliki empat variabel endogen yaitu *innovation capital*, *process capital*, *customer capital*, dan kinerja, sehingga pada *inner model* jumlah persamaan ada empat. Kontribusi dari variabel human capital dalam menjelaskan keragaman *innovation capital*, *process capital*, *customer capital* masing-masing sebesar 96, 8%, 58,4% dan 83,6%. Sedangkan kontribusi dari *innovation capital*, *process capital*, dan *customer capital* dalam menjelaskan keragaman kinerja adalah 95, 9%. Di bawah ini disajikan tabel hasil uji koefisien jalurnya.

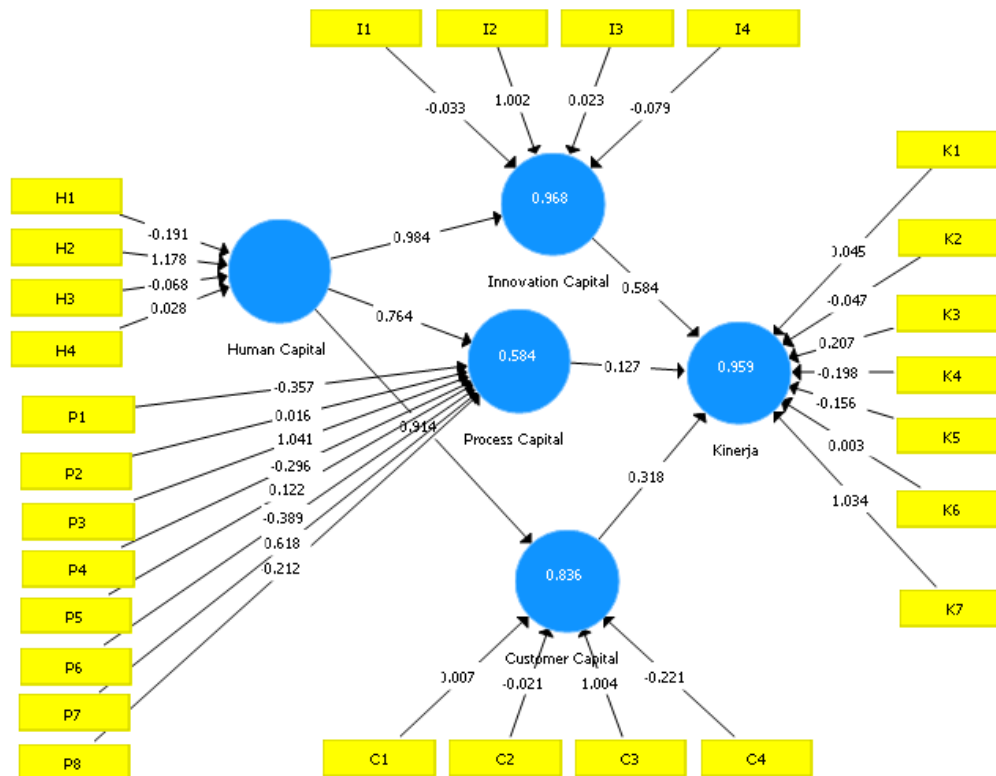
Tabel 2
Hasil Uji Koefisien Jalur

	Koefisien	T- Statistics	Keterangan
Customer Capital -> Kinerja	0.318	3.605	Signifikan
Human Capital -> Customer Capital	0.914	30.324	Signifikan
Human Capital -> Innovation Capital	0.983	144.908	Signifikan
Human Capital -> Process Capital	0.764	7.914	Signifikan
Innovation Capital -> Kinerja	0.584	6.342	Signifikan
Process Capital -> Kinerja	0.126	4.169	Signifikan

Sumber: data diolah

Pada keenam koefisien jalur seluruhnya memiliki arah positif dan signifikan ($T\text{-stat} > 1,96$). Oleh karena itu hipotesis H1 hingga H7 dapat diterima. Gambar model strukturalnya dapat dilihat di bawah ini.

Gambar 2
Model Struktural Hasil Uji PLS



Human capital terbukti berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja melalui *innovation capital*, *process capital*, dan *customer capital*. Hal ini dikarenakan *human capital* sebagai urat nadi dari IC. Temuan ini mendukung hasil penelitian Wang dan Chingfu (2005) dan Juwita dan Fivi (2007).

Aktor dibalik kesuksesan perusahaan adalah SDM-nya. Inovasi-inovasi yang dilakukan perusahaan bersumber dari ide SDM. Ide-ide kreatif hanya dapat diperoleh dari SDM yang berkualitas, salah satunya ditentukan oleh tingkat pendidikan karyawan. Ide tersebut dapat diwujudkan setelah melalui proses R&D, yang dikelola oleh SDM yang berkualitas juga.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan di Indonesia telah melakukan manajemen SDM dengan baik, sehingga dapat memunculkan karyawan yang berkualitas. Kualitas ini adalah sumber dari inovasi, sehingga tidaklah mengherankan jika *human capital* berkaitan erat dengan *innovation capital*. Karyawan juga yang melakukan seluruh proses internal perusahaan serta memberikan pelayanan optimal pada konsumen. Karena itulah, kapabilitas karyawan akan mempengaruhi efisiensi proses internal, kualitas dan kepuasan konsumen.

Temuan lainnya dari penelitian ini yaitu *human capital* perusahaan memiliki potensi untuk membangun orientasi pasar bagi konsumen. Semakin baik kompetensi pegawai, maka akan semakin baik pegawai memahami kebutuhan konsumen dan akan semakin mampu pula mengembangkan *customer capital* untuk menahan loyalitas konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Bontis (1998), Bontis *et al.* (2000), Pratiwi (2004), dan Astuti dan Sabeni (2005).

Untuk meningkatkan daya saing global diperlukan sebuah pemikiran dan tindakan strategis, baik oleh individu masyarakat, pelaku usaha atau industri, dan pihak pemerintah itu sendiri. Salah satu tindakan strategis tersebut adalah mendorong laju inovasi di perusahaan agar bisa lebih bersaing di era informasi dan globalisasi. Dalam persaingan bisnis tersebut, perusahaan memerlukan penguasaan IPTEK, baik dalam bentuk pengetahuan, informasi, dan teknologi. Dua modal utama yang sangat penting untuk mendorong laju inovasi adalah IC dan modal teknologi informasi yang harus dimanfaatkan secara integratif ke dalam proses bisnis.

Perusahaan perlu membuat mekanisme yang bisa merangsang terciptanya pengetahuan, menyebarkan pengetahuan di antara karyawan dan pimpinan, serta adanya kepedulian terhadap pengetahuan yang terus berkembang pesat. Proses inovasi yang berbasis manajemen pengetahuan tersebut harus dilakukan secara berkelanjutan agar perusahaan terus bertahan dengan tingkat daya saing yang tinggi.

5. Simpulan, Implikasi, dan Keterbatasan

5.1. Simpulan

Human capital merupakan urat nadi dari IC, sehingga dapat mempengaruhi *innovation*, *process*, dan *customer capital* yang kemudian mempengaruhi kinerja perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa *human capital* adalah faktor utama yang berperan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan di Indonesia telah melakukan manajemen SDM dengan baik, sehingga dapat memunculkan karyawan yang berkualitas. Kualitas ini adalah sumber dari inovasi, sehingga tidaklah mengherankan jika *human capital* berkaitan erat dengan *innovation capital*. Karyawan juga yang melakukan seluruh proses internal perusahaan serta memberikan pelayanan optimal pada konsumen.

5.2. Implikasi

1. Manajemen diharapkan dapat mengelola IC yang dimiliki secara optimal, terutama elemen *human capital*, karena elemen ini adalah faktor utama yang menggerakkan elemen-elemen lainnya. Kebijakan terkait pengelolaan *human capital* harus menjadi perhatian bagi perusahaan, karena dengan pengelolaan yang baik, secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kinerja perusahaan.
2. Terkait dengan pentingnya elemen *human capital*, diperlukan adanya laporan kepada *stakeholder*, terutama investor, tentang pengelolaan SDM yang telah dilakukan oleh perusahaan. Investor membutuhkan laporan yang sistematis, jelas dan mendalam, yang dapat membantu mereka untuk menilai hubungan SDM dengan strategi bisnis perusahaan.

5.3. Keterbatasan

Instrumen pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dari instrumen yang digunakan oleh Wang dan Chingfu (2005), dengan beberapa penyesuaian karena tidak tersedianya data yang dibutuhkan. Proses adaptasi instrumen ini bisa berpengaruh terhadap hasil penelitian, karena keterbatasan data yang tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Partiw Dwi dan Arifin Sabeni. 2005. Hubungan Intellectual Capital dan Business Performance dengan Diamond Specification : Sebuah Perspektif Akuntansi. *Prosiding*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo, 15-16 September 2005. Hal. 694-709

- Anderson, E.W., Fornell, C. and Lehmann, D.R. 1994. Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden. *Journal of Marketing* **58**, July: 53-66.
- Arthur Andersen & Co. 1994. *Customer Satisfaction Strategies and Tactics*. Arthur Andersen & Co., Chicago, IL.
- Banker, R.D., Potter, G. and Srinivasan, D. 2000. An empirical investigation of an incentive plan that includes non-financial performance measures. *The Accounting Review* **75** (1): 65-92.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2003. Intellectual capital and firms performance of US multinational firms. *Journal of Intellectual Capital* **4** (2): 215 – 226.
- Bontis, N. 1998. Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models. *Management Decision* **36** (2): 63-76.
- Bontis, Nick., Chua Chong Keow, William., and Richardson, Stanley. 2000. Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital* **1** (1): 85 – 100
- Bontis, N. 2002. *World Congress of Intellectual Capital Readings*. Butterworth-Heinemann/KMCI Press. Boston, MA.
- Bontis, N., Dragonetti, N., Jacobsen, K. and Roos, G. 1999. The knowledge toolbox: a review of the tools available to measure and manage intangible resources. *European Management Journal* **17** (4): 391-402.
- Bukh, P.N. 2003. The relevance of intellectual capital disclosure: a paradox? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. **16** (1): 49-56.
- Bukh, P.N.D., Larsen, H.H. and Mouritsen, J. 2001. Constructing intellectual capital statements. *Scandinavian Journal of Management*. **17** (1): 87-108.
- Buren, M.E.V. 1999. A yardstick for knowledge management. *Training & Development*. Vol. **53**(5): 71-8.
- Choo, C.W. and Bontis, N. 2002. *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge*, Oxford University Press, New York, NY.
- Darroch, Jenny. 2005. Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of Knowledge Management*. **9** (3): 101.
- Deeds, D.L. 2001. The role of R&D intensity, technical development and absorptive capacity in creating entrepreneurial wealth in high technology start-ups. *Journal of Engineering and Technology Management* **18** (1): 29-47.
- Edvinsson, L. and Malone, M.S. 1997. *Intellectual Capital – Realizing Your Company’s True Value by Finding Its Hidden Roots*, Harper Business, New York, NY.
- Firer, S., and S. Mitchell Williams. 2003. Intellectual capital and traditional measures of corporate performance. *Journal of Intellectual Capital* **4** (3): 348 – 360.
- Hussi, T. and Ahonen, G. 2002. Managing intangible assets – a question of integration and delicate balance. *Journal of Intellectual Capital* **3** (3): 277-86.
- Ittner, C.D. and Larcker, D.F. 1998a. Are non-financial measures leading indicators of financial performance? An analysis of customer satisfaction. *Journal of Accounting Research* **36**. Supplement: 1-35.
- Ittner, C.D. and Larcker, D.F. 1998b. Innovations in performance measurement: trends and research implications. *Journal of Management Accounting Research* **Fall**: 25-38
- Joia, Luiz Antonio. 2000. Measuring intangible corporate assets linking business strategy with intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital* **1** (1): 68 – 84.

- Juwita, Siti Pritiza dan Fivi Anggraini. 2007. Pengaruh human capital terhadap business performance melalui customer capital. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. **4** (2): 229-250
- Kooistra, Jeltje van der Meer and Zijlstra Siebren M. 2001. Reporting an intellectual capital. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* **14** (4): 456-476
- Margaretha, Farah, dan Arief Rakhman. 2006. Analisis Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Market Value* dan *Financial Performance* Perusahaan dengan Metode *Value Added Intellectual Capital*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. **8**. (2): 12 - 18
- Mouritsen, J., Larsen, and Bukh. P.N. 2001. Valuing the future: intellectual capital accounts at Skandia. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. **14** (4): 399-422.
- Mulyadi, 2001, *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta
- Pratiwi, Dwi Astuti. 2005. Hubungan Intellectual Capital dan Business Performance. *Jurnal Maksi* **5**: 34-57.
- Sawarjuwono, T. Kadir, P.A. 2005. Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran, dan Pelaporan (Sebuah Library Research). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* **5** (1): 35-57.
- Stewart, T. 1997. *Intellectual Capital: The New Wealth Of Organizations*., Nicholas Brealey Publishing. Business Digest: New York.
- Sveiby, K.E. 2001. A knowledge based theory of the firm to guide in strategy formulation. *Journal of Intellectual Capital* **4** (2): 344 – 358.
- Van der Meer-Kooistra, Jeltje and Zijlstra Siebren M. 2001. Reporting an intellectual capital. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* **14** (4): 456-476.
- Wang, Wen-Ying dan Chingfu Chang. 2005. Intellectual capital and performance in causal models: evidence from the information technology industry in Taiwan. *Journal of Intellectual Capital* **1** (2): 222 – 236