

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, perkembangan teknologi informasi, dan peningkatan dalam ilmu pengetahuan turut mengubah cara pandang perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya guna menciptakan nilai perusahaan. Para pelaku bisnis mulai menyadari bahwa untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat di era sekarang, perusahaan tidak bisa hanya dengan mengandalkan kekayaan fisiknya saja. Inovasi, teknologi informasi dan pengetahuan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan dinilai penting dalam proses penciptaan nilai dan peningkatan kemampuan bersaing. Berbagai hasil penelitian dan literatur menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu bertahan lama, karena perusahaan tersebut menggunakan pengetahuan (*knowledge*) sebagai modal (Sangkala, 2006: 3).

Seiring dengan perubahan ekonomi di berbagai Negara, yang memiliki karakteristik berbasis ilmu pengetahuan dengan penerapan *knowledge management* menjadi lebih penting dalam kegiatan *value creation* (penciptaan nilai) perusahaan dibandingkan faktor produksi lain. Penerapan *knowledge management* ini telah banyak membawa perubahan pada aktivitas perusahaan. Perubahan juga terjadi pada nilai dan persepsi pada parameter kinerja perusahaan (Saleh *et. al*, 2008).

Menurut Band, *value creation* (penciptaan nilai) memiliki tiga sifat, yaitu:

- a. Penciptaan nilai itu *strategic* karena didasarkan pada asumsi bahwa penyampaian pada nilai pelanggan (*customer value*) merupakan strategi utama dari perusahaan.
- b. Penciptaan nilai itu *systematic* karena biasanya akan memerlukan perubahan pada struktur organisasi dan perubahan sikap dari semua anggota yang ada didalamnya.
- c. Penciptaan nilai itu *continuous* karena adanya tantangan untuk meraih dan mempertahankan pelanggan dalam pasar yang cepat berubah dan tak henti-hentinya memerlukan perhatian dari perusahaan agar dapat memperoleh kinerja yang baik secara konstan.

Proses penciptaan nilai di mulai dari pelanggan yaitu kebutuhan dan situasi penggunaannya dan berakhir pada pelanggan pula yaitu dengan tingkat kepuasannya.

Penciptaan nilai (*value creation*) dapat digunakan sebagai indikator pertumbuhan dan keberhasilan bisnis (Ulum, 2009). Penciptaan nilai bagi perusahaan adalah ketika perusahaan mampu menghasilkan sesuatu yang lebih dari sumber daya yang diinvestasikan. Dengan kata lain, apabila perusahaan mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sehingga sumber daya tersebut dapat menciptakan *value added* bagi perusahaan, maka hal ini disebut sebagai *value creation*.

Menurut Ulum (2009), penciptaan nilai yang tidak berwujud (*intangible value creation*) harus mendapatkan perhatian yang cukup karena hal ini memiliki dampak

yang sangat besar terhadap kinerja perusahaan. Lebih lanjut Ulum (2009) menyatakan bahwa dalam *value creation*, format yang terukur / berwujud (*tangible form*) seperti pendapatan tergantung pada format yang tidak berwujud (*intangible form*). Hal ini dapat dicontohkan apabila perusahaan bertujuan untuk meningkatkan penciptaan laba, maka diperlukan pelayanan dan hubungan yang baik dengan pelanggan. Pelayan yang baik akan memuaskan pelanggan sehingga terwujud pelanggan yang setia.

Intellectual capital merupakan sumber daya yang unik sehingga tidak semua perusahaan dapat menirunya. Hal inilah yang menjadikan *intellectual capital* sebagai sumber daya kunci bagi perusahaan untuk menciptakan *value added* perusahaan dan nantinya akan tercapai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif akan mampu bersaing dan bertahan di lingkungan bisnis.

Untuk memenangkan persaingan bisnis tersebut, perusahaan harus dengan cepat mengubah pola industri dari *productivity based industries* yang bermoto *made and move* menjadi *knowledge based industries* yang bermoto *knowledge and service*. *Knowledge based industries* ditandai dengan adanya pola investasi yang tinggi pada *research and development*, teknologi informasi, pelatihan karyawan, dan perekrutan pelanggan. Sehingga pola industri baik pada bidang produksi maupun jasa, asset pengetahuan menjadi sesuatu yang penting. Jenis *knowledge based industries* seperti industri komputer, industri *software*, industri yang bergerak di bidang penelitian, industri yang bergerak di bidang jasa (keuangan dan asuransi), dan lain sebagainya. Industri-industri tersebut memanfaatkan inovasi-inovasi baik produk maupun jasa

yang diciptakannya untuk bersaing dalam memberikan nilai tersendiri atas produk dan jasa yang dihasilkan bagi konsumen (Widayaningrum, 2004).

Moeheriono (2012: 36) menyatakan bahwa, pada era sekarang keberhasilan dari sebuah korporasi lebih ditekankan pada *intellectual capital* dan kemampuan sistem dari pada hanya sekedar aset fisik yang dimiliki. Selanjutnya dikatakan bahwa sampai saat ini masalah sumber daya manusia masih menjadi perhatian dan tumpuan bagi semua perusahaan untuk tetap dapat hidup eksis pada era globalisasi ini. Menurut Moeheriono (2012: 74) salah satu faktor yang paling penting dan mampu menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan adalah faktor sumber daya manusia. Hal tersebut semakin menjelaskan pentingnya keberadaan *intellectual capital* dalam dunia bisnis.

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan *intellectual capital* merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Dengan melakukan pengelolaan terhadap *intellectual capital*, maka perusahaan dapat memaksimalkan sumber daya yang dimiliki, sehingga perusahaan akan mampu menciptakan nilai lebih dan memiliki keunggulan dalam persaingan. Guthrie dan Petty (2000) berpendapat bahwa pentingnya modal intelektual dikarenakan oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Revolusi dalam teknologi informasi dan masyarakat informasi
2. Mulai diakui pentingnya pengetahuan dan ekonomi berbasis pengetahuan.
3. Perubahan pola aktivitas antar perseorangan dan masyarakat serta timbulnya inovasi sebagai penentu utama keunggulan kompetitif.

Fenomena *intellectual capital* di Indonesia mulai dikenal sejak adanya pernyataan standar akuntansi mengenai aset tidak berwujud meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit sebagai *Intellectual Capital* (Ulum, 2009). Beberapa penelitian tentang *intellectual capital* telah membuktikan bahwa *intellectual capital* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Secara teori, pemanfaatan dan pengelolaan *intellectual capital* yang baik oleh perusahaan dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, *intellectual capital* juga diyakini dapat meningkatkan *market value* perusahaan. Perusahaan yang mampu memanfaatkan aset intelektualnya secara efisien, maka nilai pasar perusahaan akan meningkat.

Menurut PSAK No. 19, aset tak berwujud adalah aset nonmoneter teridentifikasi tanpa wujud fisik. Entitas seringkali mengeluarkan sumber daya maupun menimbulkan liabilitas dalam perolehan, pengembangan, pemeliharaan atau peningkatan sumber daya tak berwujud, seperti ilmu pengetahuan atau teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar dan merek dagang (termasuk merek produk dan judul publisitas) (IAI, 2012).

Pada umumnya, *intellectual capital* dikelompokkan menjadi tiga komponen, yaitu: *Human Capital*, *Structural Capital* dan *Relational Capital*. *Human Capital* meliputi pengetahuan, keahlian, kompetensi dan motivasi yang dimiliki karyawan. *Structural Capital* mencakup budaya perusahaan, *computer software*, dan teknologi

informasi. Sedangkan *Relational Capital* meliputi loyalitas konsumen, pelayanan jasa terhadap konsumen, dan hubungan baik dengan pemasok.

Setiarso (2006) mengemukakan bahwa lima kategori jenis informasi dalam pengungkapan sukarela yang dinyatakan oleh AICPA 1994, yaitu: data keuangan dan non keuangan, Analisis data keuangan dan data non keuangan, Informasi yang berorientasi pada masa depan, Informasi tentang manajer dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, dan latar belakang perusahaan. Perlu ditambah dengan dimensi modal intelektual sehingga menambah nilai informasi yang disampaikan pada pihak eksternal perusahaan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi variasi kinerja *intellectual capital* yang dilihat dari tata kelola perusahaan salah satunya adalah umur perusahaan. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk tetap eksis dan mampu bersaing dalam dunia usaha. Menurut Widiastuti (2002) dalam Rahmawati (2012: 187) mengemukakan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak sehingga akan lebih mengetahui kebutuhan konstituennya akan informasi tentang perusahaan. Dengan demikian perusahaan yang lebih tua akan mengungkapkan lebih banyak informasi termasuk informasi mengenai modal intelektual.

Faktor lain yang diduga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap *intellectual capital disclosure* salah satunya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ulum (2009) mengemukakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin banyak ia

akan mengungkapkan informasi di dalam laporan tahunannya, baik informasi keuangan maupun non-keuangan, baik *mandatory* maupun *voluntary*. Selain itu, Purnomosidhi (2006) juga menyatakan bahwa, ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel independen dengan asumsi bahwa perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak dan biasanya memiliki banyak unit usaha dan memiliki potensi penciptaan nilai jangka panjang. Perusahaan besar lebih sering diawasi oleh kelompok *stakeholder* yang berkepentingan dengan bagaimana manajemen mengelola modal intelektual yang dimiliki.

Faktor lainnya adalah *leverage*. *Leverage* memberikan gambaran tentang bagaimana struktur dalam suatu perusahaan. Ghazali dan Chariri (2007: 393) mengemukakan bahwa, perusahaan yang selalu menggantungkan kepada modal internasional, maka ada kecenderungan perusahaan tersebut mengungkapkan informasi yang sesuai dengan pasar uang dimana perusahaan tersebut berharap akan mendapatkan sumber dananya.

Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti tentang *intellectual capital* adalah Putri (2011: 81) dalam skripsinya yang berjudul pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap kinerja *intellectual capital* studi pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap kinerja *intellectual capital*, sedangkan kepemilikan asing dan ukuran perusahaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja *intellectual capital*.

Puasanti (2013: 102) dalam skripsinya yang berjudul pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, konsentrasi kepemilikan, komisaris independen dan *leverage* terhadap tingkat pengungkapan modal intelektual mengungkapkan bahwa konsentrasi kepemilikan, komisaris independen, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan modal intelektual. Sedangkan umur perusahaan, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan modal intelektual.

Stephani dan Yuyetta (2012) dalam penelitiannya menggunakan ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan tipe auditor sebagai variabel independen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menemukan bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan tipe auditor terhadap *intellectual capital disclosure*. dari hasil penelitian ditemukan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan tipe auditor berpengaruh positif terhadap *intellectual capital disclosure*. Sedangkan faktor umur perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *intellectual capital*.

Penelitian yang dilakukan Purnomosidhi (2005) yang berjudul praktik pengungkapan modal intelektual pada perusahaan publik di BEI menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* berhubungan secara signifikan dengan pengungkapan modal intelektual. Perbedaan dengan beberapa penelitian tersebut, penulis memfokuskan penelitian terhadap variabel umur perusahaan, ukuran

perusahaan dan *leverage*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2013.

Perusahaan properti dan *real estate* dipilih karena perusahaan ini merupakan perusahaan atau industri yang melayani jasa dan pengetahuan yang merupakan aspek kritis yang menentukan kesuksesan bisnis yang mana didalamnya terdapat tenaga-tenaga ahli yang khusus yang tidak dimiliki oleh perusahaan-perusahaan lain. Misalnya seperti tenaga arsitek, tenaga teknik sipil dan sebagainya. Dalam hal akuntansi, perusahaan properti dan *real estate* juga diatur dalam PSAK No. 44.

Dari uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkat topik mengenai *intellectual capital disclosure* sebagai bahan penelitian dengan judul **“PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE TERHADAP INTELLECTUAL CAPITAL DISCLOSURE PADA PERUSAHAAN PROPERTI DAN REAL ESTATE YANG LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dibuat suatu perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Intellectual Capital Disclosure* pada Perusahaan Properti dan *Real Estate*?
2. Apakah umur perusahaan, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap *intellectual capital disclosure*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *intellectual capital disclosure* pada perusahaan properti dan *real estate* .
2. Untuk menguji pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap *intellectual capital disclosure* dalam laporan tahunan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai pengembangan teori akuntansi dan akuntansi keuangan, khususnya yang berhubungan dengan teori mengenai *intangible asset* dan *intellectual capital*. Serta dapat memberikan pengembangan pada ukuran-ukuran konseptual dan model yang berhubungan dengan menilai kinerja *intellectual capital* dan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *intellectual capital*.

2. Bagi investor dan kreditor

Untuk memberikan informasi mengenai pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan dan kinerja perusahaan terhadap kinerja *intellectual capital* perusahaan. Selain itu juga untuk mengetahui kinerja *intellectual capital* perusahaan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan melakukan investasi dan keputusan dalam pemberian kredit, serta nantinya dapat digunakan sebagai sarana untuk memonitor kinerja perusahaan.

3. Bagi manajer perusahaan

Memberikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan dalam menetapkan strategi perusahaan ke depan dalam hubungannya dengan peningkatan aktivitas *value creation* perusahaan melalui pengelolaan *intellectual capital*.

1.5 Batasan Masalah

Batasan penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan untuk jangka waktu 5 tahun yaitu 2009-2013. Adapun sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.