

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perkembangan perbankan telah menjadi tolak ukur dalam eksistensi ekonomi dalam suatu negara, karena peranannya sangat mempengaruhi perekonomian negara tersebut. Bagi suatu negara yang berkembang, seperti Indonesia, pemahaman tentang bank belum secara utuh dan menyeluruh. Sebagian masyarakat hanya memahami bank sebatas tempat penyimpanan, peminjaman, dan penarikan uang. Bahkan sebagian masyarakat belum mengerti dan memahami tentang fungsi bank yang sesungguhnya, sehingga masyarakat belum menggunakan jasa-jasa perbankan yang ditawarkan secara maksimal.

Menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki tiga kegiatan, yaitu:

1. Menghimpun dana

merupakan kegiatan pokok bank, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito. Untuk menarik masyarakat agar giat menabung, dan biasanya diberikan balas jasa yang menarik seperti bunga dan hadiah.

2. Menyalurkan dana

Kegiatan menyalurkan dana berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat yang biasa disebut kredit bank. Kredit bank yang diberikan kepada nasabah tergantung pada keinginan nasabah, walaupun sebelumnya bank melakukan penilaian terlebih dahulu apakah kredit tersebut layak atau tidak untuk nasabah.

3. Memberikan jasa bank lainnya

Jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama (Menghimpun dan menyalurkan dana) seperti pengiriman uang, penagihan surat-surat berharga baik dari dalam negeri maupun luar negeri, dan jasa perbankan lainnya.

Dalam rangka membiayai kegiatan operasinya, bank sebagai lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah bergerak dalam bidang keuangan, maka sumber-sumber dana tidak terlepas dari bidang keuangan. Dana yang diperoleh dapat melalui pinjaman masyarakat, pinjaman antar bank atau menjual saham kepada para investor atau lembaga lainnya.

Kemampuan bank dalam memperoleh sumber dananya sangatlah mempengaruhi kelanjutan usaha bank tersebut. Bank harus mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mensejahterakan para investornya. Para investor akan diberikan laporan kinerja bank tersebut untuk meyakinkan para investor, bahwa modal yang diberikan para investor tidak akan merugikan terutama untuk jangka panjang.

Para investor meneliti bank-bank tersebut melalui konsep keuangan yang ditawarkan untuk melihat penciptaan nilai bagi perusahaan perbankan tersebut sebagai indikator kelayakan jangka panjang dari perusahaan perbankan tersebut.

Dengan konsep tersebut, dapat terlihat kinerja bank-bank yang diteliti apakah sesuai dengan harapan atau tidak, dan apakah bank-bank tersebut layak atau tidak untuk menjadi tempat berinvestasi.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi, inovasi teknologi dan persaingan yang ketat pada abad ini memaksa perusahaan-perusahaan mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Agar dapat terus bertahan, dengan cepat perusahaan-perusahaan mengubah bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor based business*) menuju bisnis berdasarkan pengetahuan (*knowledge based business*), sehingga karakteristik utama perusahaan menjadi perusahaan berdasarkan pengetahuan (Sawarjuwono, 2003). Perusahaan-perusahaan yang menerapkan *knowledge based business* akan menciptakan suatu cara untuk mengelola pengetahuan sebagai sarana untuk memperoleh penghasilan perusahaan, dengan penerapan *knowledge based business*, maka penciptaan nilai perusahaan akan berubah.

Berkembangnya perusahaan akan bergantung pada bagaimana kemampuan manajemen untuk mengolah sumber daya perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan sehingga akan memberikan keunggulan kompetitif perusahaan yang berkelanjutan. Menurut Pulic (1998) tujuan utama dari ekonomi yang berbasis pengetahuan atau *knowledge based business* adalah untuk menciptakan *value added*, sedangkan untuk dapat menciptakan *value added* dibutuhkan ukuran yang tepat tentang *physical capital* dan *intellectual potential*. Kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya terletak pada kepemilikan aktiva tidak berwujud, tetapi lebih pada inovasi, sistem informasi, pengelolaan organisasi dan sumber daya yang dimilikinya. Oleh karena itu perusahaan semakin menitikberatkan akan pentingnya *knowledge assets* (aset pengetahuan) sebagai salah satu bentuk aset tak berwujud. Pada

umumnya, perusahaan-perusahaan di Indonesia masih menggunakan akuntansi tradisional yang menekankan pada penggunaan *tangible asset*. Padahal, dengan adanya perubahan lingkungan bisnis menjadi *knowledge based business*, *tangible asset* menjadi kurang penting dibandingkan dengan *intangible asset*. Laporan keuangan tradisional tidak mampu menyajikan informasi mengenai *knowledge based processes* dan *intangible asset*.

Keterbatasan laporan keuangan dalam menjelaskan nilai perusahaan, mengakibatkan pelaporan keuangan seringkali dianggap kurang memadai sebagai pelaporan kinerja keuangan. Dengan kata lain, informasi akuntansi kurang dapat digunakan dalam pembuatan keputusan investasi dan kredit. Seharusnya ada informasi lain yang perlu disampaikan kepada para pengguna laporan keuangan sehingga dapat menjelaskan nilai lebih yang dimiliki perusahaan. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran *knowledge assets* (aset pengetahuan) adalah *Intellectual Capital* (IC) yang telah menjadi fokus perhatian diberbagai bidang, baik manajemen, sistem informasi, sosiologi, maupun akuntansi Petty dan Guthrie (2000) dalam Sunarsih (2011).

Di Indonesia sendiri, fenomena *Intellectual Capital* mulai berkembang terutama setelah munculnya PSAK No. 19 (revisi 2000) tentang aset tidak berwujud. Menurut PSAK No. 19, aset tidak berwujud adalah aset non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif (IAI, 2007). Klasifikasi *intangible assets* dalam PSAK No. 19 yaitu ilmu pengetahuan, teknologi, desain, implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak, kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai merk pasar dan merk dagang (termasuk merek produk/*brand names*) Zuliyati (2011). Menurut Sunarsih (2011) PSAK No. 19 memang tidak menyatakan secara eksplisit

sebagai *Intellectual Capital*, namun kurang lebih *Intellectual Capital* telah mendapat perhatian.

Tujuan perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya, semakin meningkatnya perbedaan antara harga saham dengan nilai buku aktiva yang dimiliki perusahaan menunjukkan adanya *hidden value*. Menurut Harmono (2009) penilaian surat berharga saham dapat dirinci ke dalam beberapa macam jenis nilai saham yaitu nilai nominal, agio saham, nilai modal disetor, laba ditahan, nilai buku, nilai pasar, nilai intrisik atau nilai fundamental. Terdapat metode analisis untuk menentukan nilai saham perusahaan berdasarkan nilai pasar, yaitu dengan analisis rasio pasar.

Menurut Fahmi (2011) rasio nilai pasar adalah rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio pasar terdiri dari *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV). Dalam penelitian ini digunakan rasio PBV. *Price to book value Ratio* (PBV) digunakan untuk menilai harga suatu saham dengan membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan (*book value*). Rasio ini biasanya dipakai untuk menilai mahal atau tidaknya suatu saham. Umumnya, rasio PBV yang rendah mengimplikasikan bahwa saham perusahaan tersebut murah (*undervalued*), dan sebaliknya, rasio PBV yang tinggi mengimplikasikan bahwa saham perusahaan tersebut mahal (*overvalued*). Semakin tinggi rasio PBV, semakin tinggi tingkat kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan, maka hal tersebut akan menjadi daya tarik bagi investor untuk membelinya.

PBV adalah rasio yang berguna dalam analisis investasi. Alasan para investor menggunakan rasio ini adalah, pertama karena nilai buku yang disediakan relatif stabil, sehingga bisa dibandingkan dengan nilai pasar. Kedua karena konsisten terhadap standar akuntansi antar perusahaan, sehingga PBV bisa digunakan untuk membandingkan antar perusahaan.

Ketiga karena perusahaan yang mempunyai laba negatif bisa menggunakan rasio PBV dibandingkan PER yang tidak bisa mengukurnya (Persson dan Ståhlberg 2006 dalam Ardiansyah 2009).

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai PBV dihitung dari nilai bukunya atas kekayaan, hutang, ekuitas, kemampuan menghasilkan laba dan kemampuan mengembangkan modal, dimana semua itu dapat dilihat dalam neraca perusahaan. Akan tetapi, dalam praktiknya, pasar menilai suatu perusahaan tidak hanya berdasarkan atas apa yang tercantum dalam neraca saja. Terbukti terdapat selisih antara nilai buku dan nilai pasar perusahaan. Keterbatasan laporan keuangan dalam menjelaskan nilai perusahaan, mengakibatkan pelaporan keuangan seringkali dianggap kurang memadai sebagai pelaporan kinerja keuangan. Meningkatnya perbedaan antara nilai pasar dan nilai buku perusahaan telah menarik para peneliti untuk menyelidiki nilai yang tersembunyi "*hidden value*" pada laporan keuangan perusahaan. "*hidden value*" merupakan aset tersembunyi milik perusahaan yang mampu meningkatkan nilai pasar perusahaan dan sebagai modal untuk mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan. Menurut Edvinsson dan Malone (1997) dalam Chen *et al* (2005), perbedaan nilai pasar dan nilai buku perusahaan adalah nilai *Intellectual Capital*.

Intellectual Capital menjadi salah satu area yang menarik perhatian akademisi maupun praktisi sebagai salah satu alat untuk menentukan nilai perusahaan (Edvinsson dan Malone, 1997) dalam Ulum (2008). Pendapat tersebut selaras dengan pendapat Abidin (2000) dalam Ulum (2009), yang menyatakan bahwa market value terjadi karena masuknya konsep modal intelektual yang merupakan faktor utama yang dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan.

Ulum (2009) menyatakan bahwa pada umumnya IC diidentifikasi sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan dan nilai buku aset perusahaan

tersebut. Menurut Roslender dan Fincham (2004) dalam Ulum (2009) hal ini didasarkan observasi bahwa sejak akhir 1980-an, nilai pasar dari bisnis kebanyakan dan secara khusus bisnis yang berdasarkan pengetahuan telah menjadi lebih besar dari nilai yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Edvinsson dan Malone (1997) dalam Chen *et. al.* (2005) mengungkapkan bahwa *intellectual capital* adalah nilai yang tersembunyi (*hidden asset*) dalam perusahaan. Yang dimaksud dengan *hidden asset* disini adalah bahwa *intellectual capital* tidak terlihat seperti aset fisik lainnya dan juga aset intelektual ini tidak tercermin dalam laporan keuangan perusahaan. *Intellectual capital* semakin diterima sebagai faktor penting bagi keuntungan perusahaan yang berkesinambungan. Hal ini dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Market Value and Assets (in Billion Dollar)

Company	Market Value	Revenue	Profits	Net Assets	Hidden Value
General Electric	169	79	7.3	31	138 (82%)
Coca-Cola	148	19	3.5	6	142 (96%)
Exxon	125	119	7.5	43	82 (66%)
Microsoft	119	9	2.2	7	112 (94%)
Intel	113	21	5.2	17	96 (85%)

Sumber: Roos, Johan, Goran Roos, Nicola C. Dragonetti & Leif Edvinsson, 1997 dalam Sawarjuwono, 2003

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa *market value* yang tinggi terjadi karena adanya *intellectual capital* sebagai *hidden value* yang dapat meningkatkan nilai atas penghargaan pada suatu perusahaan oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat pada *software* komputer yang diproduksi oleh Microsoft atau perusahaan Intel

yaitu *chip processor* komputer, dimana produk yang dihasilkan dibuat berdasarkan kemampuan *intellectual capital* para karyawannya.

Pada umumnya IC 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, komputer *software*, dan teknologi informasi. Sedangkan *relational capital* meliputi loyalitas konsumen, pelayanan jasa terhadap konsumen, dan hubungan baik dengan pemasok.

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. Pelayanan yang baik akan memuaskan pelanggan sehingga terwujud pelanggan yang setia.

IC merupakan sumber daya yang unik sehingga tidak semua perusahaan dapat menirunya. Hal inilah yang menjadikan IC sebagai sumber daya kunci bagi perusahaan untuk menciptakan *value added* perusahaan dan nantinya

akan tercapai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif tentunya akan mampu bersaing dan bertahan di lingkungan bisnis.

Pengakuan mengenai pengaruh IC dalam menciptakan nilai perusahaan dan keunggulan kompetitif telah meningkat, namun sebuah ukuran yang tepat untuk IC masih terus dikembangkan. Ada banyak konsep pengukuran modal intelektual yang dikembangkan oleh para peneliti saat ini, dan salah satunya adalah model yang dikembangkan oleh Pulic. Pulic (2000) dalam Chen *et al.* (2005) menyarankan sebuah pengukuran tidak langsung terhadap IC yaitu dengan mengukur efisiensi dari nilai tambah yang dihasilkan oleh kemampuan intelektual perusahaan (*Value Added Intellectual Coefficient* - VAICTM).

Pulic (2000) mengembangkan "*Value Added Intellectual Coefficient*" (VAICTM) untuk mengukur IC perusahaan. Metode VAICTM dirancang untuk menyediakan informasi mengenai efisiensi penciptaan nilai dari aset berwujud dan tidak berwujud yang dimiliki sebuah perusahaan. Komponen utama dari VAICTM dapat dilihat dari sumber daya perusahaan, yaitu *physical capital* (VACA – *value added capital employed*), *human capital* (VAHU – *value added human capital*), dan *structural capital* (STVA – *structural capital value added*). Lebih lanjut Pulic (1998) menyatakan bahwa *intellectual ability* (yang kemudian disebut dengan VAICTM) menunjukkan bagaimana kedua sumber daya tersebut (*physical capital* dan *intellectual potential*) telah secara efisien dimanfaatkan oleh perusahaan. VAICTM merupakan metode untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan.

Kelebihan yang dimiliki metode Pulic, antara lain: VAICTM mempunyai dasar ukuran yang standar dan konsisten, angka-angka yang standar umumnya tersedia dalam laporan keuangan perusahaan (Pulic dan Bornemann, 1999). Data yang digunakan dalam perhitungan VAICTM telah diaudit sehingga lebih obyektif dan dapat diverifikasi (Pulic, 1998, 2000). Model VAICTM dimulai

dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added* (VA). *Value added* adalah indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*). VA dihitung sebagai selisih antara output dan input. *Output* (OUT) merepresentasikan *revenue* dan mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual dipasar, sedangkan *input* (IN) mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh *revenue*. Hal penting dalam model ini adalah bahwa beban karyawan (*labour expenses*) tidak termasuk dalam IN. Karena itu, aspek kunci dalam model Pulic adalah memperlakukan tenaga kerja sebagai entitas penciptaan nilai (*value creating entity*) (Ulum, 2009).

Topik *intellectual capital* telah menarik perhatian para peneliti. Beberapa penelitian tentang *intellectual capital* telah membuktikan bahwa *intellectual capital* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai pasar dan kinerja perusahaan. Akan tetapi, penelitian lain mengungkapkan hal yang berbeda. 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 asset intelektualnya secara efisien, maka nilai pasar perusahaan tersebut akan meningkat.

Dalam penelitian yang dilakukan Chen *et al.* (2005) dengan menggunakan data dari perusahaan listing di Taiwan, membuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *market value* dan kinerja keuangan, dan dapat digunakan sebagai indikator kinerja keuangan masa depan. Diketahui bahwa investor cenderung akan membayar lebih tinggi atas saham perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang lebih dibandingkan terhadap perusahaan dengan sumber daya intelektual yang rendah. Harga yang dibayar oleh investor tersebut mencerminkan nilai perusahaan. *Market value* terjadi

karena masuknya konsep modal intelektual yang merupakan faktor utama yang dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan (Abidin, 2000).

Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Firer dan Williams (2003) yang mencoba meneliti topik yang serupa dengan menggunakan data dari 75 perusahaan perdagangan publik di Afrika Selatan. Penemuan mereka tidak dapat menemukan hubungan yang kuat antara *intellectual capital* dengan profitabilitas perusahaan.

Selain itu, Syed Najibullah (2005) melakukan penelitian mengenai hubungan antara IC dengan kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan perbankan yang listing di *Dhaka Stock Exchange*-Bangladesh. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang kuat antara IC dengan kinerja perusahaan dan *market value* perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Imaningati (2007) terhadap perusahaan *real estate & property* yang terdaftar di BEJ 2001-2006 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara IC dengan nilai pasar perusahaan. Selain itu, dengan menggunakan model VAICTM agregat IC berpengaruh terhadap ROE dan EP. Sedangkan dengan model per komponen, IC berpengaruh terhadap ROE, EP dan ATO.

Penelitian yang dilakukan oleh Solikhah (2010) yang meneliti keterkaitan antara kinerja IC (VAICTM) dengan kinerja keuangan, nilai pasar, dan pertumbuhan perusahaan dari 116 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006-2008. Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa IC berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan pertumbuhan perusahaan, namun tidak mempengaruhi nilai pasar perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan ternyata menunjukkan hasil yang berbeda mengenai pengaruh IC terhadap nilai pasar. Perbedaan pengetahuan dan pemanfaatan teknologi mungkin menjadi salah

satu penyebab perbedaan hasil penelitian tersebut. Hal ini dikarenakan pada era *knowledge based business*, pengetahuan dan teknologi memegang peranan penting. Perbedaan perkembangan dan penggunaan teknologi mungkin dapat mengakibatkan perbedaan dalam implikasi dan penggunaan *intellectual capital* di tiap-tiap negara. Hal ini semakin menguatkan bahwa penelitian lebih lanjut penting untuk dilakukan. Hal ini juga didukung dengan semakin vitalnya peranan IC bagi perusahaan modern karena IC sulit ditiru dan bersifat tak tergantikan sehingga dapat menciptakan keunggulan.

Penelitian ini berusaha mereplikasi penelitian yang dilakukan Solikhah (2010) dengan beberapa penyesuaian. Penelitian Solikhah (2010) dipilih karena merupakan penelitian IC yang komprehensif dengan memasukkan unsur kinerja keuangan, pertumbuhan perusahaan, dan nilai pasar dalam variabel penelitiannya.

Namun demikian, penelitian ini berbeda dengan penelitian Solikhah (2010) dengan lebih berfokus untuk meneliti pengaruh IC yang diukur dengan VAICTM pada nilai pasar perusahaan yang diukur dengan rasio PBV. Selain lebih memfokuskan diri pada satu variabel dependen saja, penelitian ini memiliki perbedaan dalam hal sektor industri yang diteliti. Penelitian Solikhah (2010) yang berfokus pada industri manufaktur, penelitian ini dilakukan dengan memilih sampel pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Menurut Firer dan William (2003), industri perbankan adalah salah satu sektor yang memiliki IC paling intensif. Pendapat tersebut selaras dengan Kamath (2007) sektor perbankan merupakan sektor bisnis yang bersifat "*intellectually intensive*", dan juga termasuk sektor jasa, di mana layanan pelanggan sangat bergantung pada intelek/akal/kecerdasan modal manusia. Maka penting dilakukan penelitian yang mengambil sampel penelitian pada perbankan. Perbankan merupakan salah satu industri yang masuk dalam kategori industri berbasis pengetahuan (*knowledge based-*

industries) yaitu industri yang memanfaatkan inovasi-inovasi yang diciptakannya sehingga memberikan nilai tersendiri atas produk dan jasa yang dihasilkan bagi konsumen (Ambar, 2004). Selain itu, dari aspek intelektual, secara keseluruhan karyawan di sektor perbankan lebih homogen dibandingkan dengan sektor ekonomi lainnya (Ulum, 2008). Fungsi konvensional bank sebagai tempat menabung dan sumber kredit pun dikembangkan. Kini bank-bank tidak hanya mengandalkan dua fungsi utamanya itu, melainkan berlomba memberikan layanan yang sebanyak mungkin dapat dilibatkan langsung dalam transaksi sehari-hari masyarakat.

Pada era *knowledge-based business* pengetahuan dan teknologi memegang peran yang sangat penting. Dalam persaingan perbankan, inovasi-inovasi produk dan jasanya ingin dapat sebanyak mungkin dilibatkan dalam berbagai transaksi sehari-hari, bank-bank kian berlomba dalam memberi layanan paling inovatif. Bagi perbankan, tawaran layanan berbasis *all in one* kini merupakan jurus yang lebih ampuh dalam menarik calon nasabah. Persaingan bank dalam menawarkan kartu kredit dengan berbagai fungsinya seperti kartu kredit yang akan diaplikasi diterima bertransaksi di mana-mana, termasuk di luar negeri. Kedua, tingkat suku bunga yang tidak mencekik. Ketiga, biaya tahunan (*annual fee*). Terakhir, layanan purnajual. Kemudahan-kemudahan yang dihasilkan oleh inovasi tadi menjadikan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan fungsi kartu kredit kini mengalami pergeseran. Masyarakat tidak lagi memiliki kartu kredit sebagai alat bantu bayar darurat, melainkan sebagai alat berutang. Orang kini tidak lagi menggunakan kartu kredit karena kehabisan uang tunai, tetapi sengaja tidak banyak-banyak membawa uang tunai dan lebih menyukai membayar dengan kartu kredit.

Per Maret 2003, Citibank merupakan *market leader* kartu kredit di Indonesia dengan pemegang kartu kredit mencapai 1 juta-1,2 juta orang dan dengan pangsa pasar 27,81 persen (berdasarkan data Biro Riset InfoBank).

Posisi kedua diisi Bank BNI 46 dengan pemegang kartu kredit 575.000-650.000 orang dan dengan pangsa pasar 15,06 persen. Tempat ketiga diisi Bank Central Asia (BCA) dengan pemegang kartu mencapai 590.000-600.000 orang dan dengan pangsa pasar 13,90 persen. Hongkong Shanghai Bank Corporation (HSBC) merupakan bank asing kedua yang kartu kreditnya banyak diminati masyarakat. HSBC menempati posisi keempat dengan jumlah pemegang kartu kredit 200.000-350.000 dan dengan pangsa pasar 8,11 persen. (en.bisnis.com)

BCA berhasil menjadi *market leader* produk tabungan perbankan nasional dengan pangsa pasar 23,62 persen per Desember 2002 (data Biro Riset Infobank) berkat inovasinya dalam sebuah kartu *Automatic Teller Machine* (ATM). BCA cukup jeli menerapkan layanan berbasis all in one pada kartu ATM-nya. Di samping dapat digunakan untuk menarik uang tunai di ATM, kartu tersebut juga dapat dipakai sebagai kartu debit. Hingga tahun 2009 tercatat sekitar 15.000 *merchant* kartu debit BCA. Pemilik Paspur BCA juga dapat mengambil uang tunai di saat melakukan pembayaran belanja di sejumlah *merchant* bertanda "Tunai BCA". Dengan mengandalkan jaringan ATM BCA yang berjumlah sekitar 2.400 unit di seluruh Indonesia, BCA memperluas manfaat kartu ATM yang diterbitkannya. Kini, melalui ATM BCA dan dengan menggunakan satu kartu ATM tersebut, nasabah dapat membayar tagihan telepon tetap, telepon genggam, listrik, air, kartu kredit sejumlah bank, radio panggil, Internet, angsuran pembiayaan, pendidikan, Pajak Bumi dan Bangunan, asuransi, dan TV kabel. Nasabah juga dapat membeli pulsa isi ulang telepon genggam, tiket pesawat, reksa dana, dan saham. Ragam fungsi pada satu kartu itu membuat kartu ATM BCA menjadi primadona BCA. (en.bisnis.com)

Langkah BCA itu diikuti beberapa bank lain. Mencoba jalur di luar kartu ATM, Bank Mandiri yang menjadi runner-up pada perebutan produk

tabungan perbankan nasional dengan pangsa pasar 15,29 persen SMS Banking Mandiri sebagai produk andalan paling inovatif. SMS Banking Mandiri melayani transaksi nasabah melalui SMS (*short messaging services*/layanan pesan singkat melalui telepon genggam) dengan nomor telepon genggam sebagai ID nasabah. Layanan yang diperkenalkan pada Agustus 2002 ini menawarkan transfer dana, notifikasi, dan informasi rekening kepada nasabah. Hingga tahun 2009, menurut *Senior Vice President Consumer Liabilities* Group Bank Mandiri Kostaman Thayib, sudah tercatat 60.000 pengguna layanan tersebut. (en.bisnis.com)

Bank Mandiri bukanlah bank pertama yang menerapkan SMS banking system. Namun, menurut Kostaman, layanan SMS banking yang ditawarkan tiga bank sebelumnya mengharuskan nasabah menggunakan SIM *tool kit* sehingga nasabah harus mengganti kartu SIM telepon genggam serta memiliki *handset* merek dan tipe tertentu. Sementara, dengan SMS Banking Mandiri, nasabah tidak perlu mengganti kartu SIM telepon genggam dan *handset*. Untuk bertransaksi dengan SMS Banking Mandiri, dari operator seluler apa pun yang digunakan nasabah, nasabah tinggal mengirim pesan ke nomor 3355. (en.bisnis.com)

Arus teknologi informasi yang masuk dengan cepat menjadikan layanan Internet banking bank Mandiri sebagai sebuah fasilitas pelayanan yang cukup diminati. Untuk menghindari kejahatan Internet, Bank mandiri mempersiapkan perangkat keras yang disebut token, bentuknya menyerupai kalkulator dengan ukuran sekitar 3 x 5 sentimeter. Token tersebut merupakan alat untuk membuat *one time password* atau *dinamyc password*, yaitu *password* yang hanya dapat satu kali digunakan. Untuk tiap akses, token akan memberi *password* yang selalu berubah.

Inovasi pelayanan bank terbaru untk saat ini adalah *weekend banking* yaitu pada hari sabtu dan minggu bank tetap mekayani nasabahnya, namun

hanya untuk transaksi tertentu. Salah satu bank yang menerapkan *weekend banking* adalah Bank Mandiri. Inovasi-inovasi pelayanan serta teknologi yang digunakan bank semakin maju dan berkembang. Hal ini tercipta karena adanya kreatifitas/ide yang terdapat dalam intelektual/akal manusia yang didukung dengan teknologi yang semakin canggih.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini berjudul ***“Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Pasar Perusahaan (Studi Kasus pada Sektor Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)”***

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *Intellectual Capital* (IC) yang diukur dengan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM), komponen *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) yang terdiri *Value Added Human Capital* (VAHU), *Value Added Capital Employee* (VACA), dan *Structural Capital Value Added* (STVA), serta nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011?
2. Apakah *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011?
3. Apakah *Value Added Capital Employee* (VACA) berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *Price*

to book value (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011?

4. Apakah *Value Added Human Capital* (VAHU) berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *Price to book value* (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011?
5. Apakah *Structural Capital Value Added* (STVA) berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *Price to book value* (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Intellectual Capital* (IC) yang diukur dengan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM), komponen *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) yang terdiri *Value Added Human Capital* (VAHU), *Value Added Capital Employee* (VACA), dan *Structural Capital Value Added* (STVA), serta nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011.
2. Untuk *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) terhadap nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *Price to book value* (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Value Added Capital Employee* (VACA) terhadap nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *Price*

to book value (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011.

4. Untuk mengetahui pengaruh *Value Added Human Capital* (VAHU) terhadap nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *Price to book value* (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Structural Capital Value Added* (STVA) terhadap nilai pasar perusahaan yang diukur dengan *Price to book value* (PBV) pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

- 1) Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi mengenai pengembangan teori yang berkaitan dengan pentingnya pengelolaan modal intelektual atau *intellectual capital*.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan *intellectual capital*.

1.5.2 Aspek Praktis

- 1) Bagi manager perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi informasi tambahan dalam mengelola *intellectual capital* yang dimiliki suatu perusahaan agar dapat menciptakan nilai bagi perusahaan (*firm's value creation*).
- 2) Bagi investor dan calon investor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi untuk menilai kinerja IC perusahaan sektor perbankan di Indonesia sehingga (calon) investor dapat menggunakannya sebagai pertimbangan keputusan investasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam skripsi ini akan dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab. Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah yang didasarkan pada latar belakang penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis, serta sistematika penulisan secara umum.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab tinjauan pustaka penelitian dan lingkup penelitian berisi tentang rangkuman teori, penelitian terdahulu sejenis, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, variabel operasional yang digunakan, tahapan penelitian, jenis dan sumber data (populasi dan sampel), serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil analisis penelitian dan pembahasan berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan hasil analisis temuan penelitian dan saran yang akan diberikan.