

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Indonesia yang dulunya dikenal sebagai negara agraris, saat ini mulai beralih menjadi negara industri. Transformasi ini terlihat dari pergeseran komposisi sektor ekonomi atas kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Kontribusi sektor pertanian dulunya dominan kini mulai digantikan oleh sektor industri manufaktur. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Menteri Perindustrian MS Hidayat mengatakan bahwa sektor industri manufaktur menjadi salah satu motor penggerak perekonomian Indonesia dan penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya (<http://www.investordaily.com.au>).

Perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia terbagi menjadi tiga sektor, yaitu : sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi. Adapun sektor industri barang konsumsi terbagi menjadi lima subsektor, yaitu : makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dan peralatan rumah tangga. Perusahaan manufaktur diartikan sebagai “suatu perusahaan yang kegiatan pokoknya mengolah bahan baku menjadi produk yang siap dijual atau di konsumsi” (Mulyadi, 2000;12).

Sepanjang paruh pertama tahun 2010 ini Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) telah berhasil mencetak kenaikan sebesar 338,27 poin atau sekitar 13,13%. Kenaikan tersebut didukung oleh menguatnya saham-saham sektor tertentu yang pastinya berbeda antara yang satu dengan yang lain. Sepanjang Semester I 2010, tercatat ada 3 indeks sektoral yang tumbuh paling tajam, yaitu sektor barang konsumsi (41,93%), sektor aneka industri (32,22%), dan yang terakhir sektor manufaktur (29,94%).

Kenaikan tajam indeks sektoral tersebut banyak didukung oleh kenaikan emiten-emiten yang tergabung didalamnya, antara lain Sektor Barang Konsumsi. Beberapa

nama emiten yang cukup dikenal dan disinyalir ikut mendongkrak kinerja indeks sektoral ini secara signifikan antara lain PT Gudang Garam Tbk (GGRM), PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Kalbe Farma Tbk (KLBF), PT HM Sampoerna Tbk (HMSP), dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR).

Kenaikan emiten-emiten barang konsumsi di atas terbilang cukup tinggi dengan rata-rata kenaikan sebesar 53,81%. Kenaikan harga yang cukup tajam tersebut menjadikan emiten-emiten tersebut sebagai *market mover* untuk indeks sektoral konsumsi bahkan Indeks Harga Saham Gabungan. Tiga dari emiten di atas juga merupakan emiten-emiten yang masuk dalam daftar 10 terbesar bila dilihat dari kapitalisasi pasar, yaitu UNVR, HMSP, dan GGRM. Oleh karena itu, sangat beralasan apabila investor mengapresiasi positif saham-saham perusahaan manufaktur. (<http://news.liputan6.com> dan <http://vibiznews.com>).

**Tabel 1.1**

**Daftar Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang dan Konsumsi**

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk.
2	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
3	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk.
4	CEKA	PT. Cahaya Kalbar Tbk.
5	DAVO	PT. Davomas Abadi Tbk.
6	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk
7	ICBP	PT. Indofood CBP sukses Makmur Tbk.
8	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
9	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.
10	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.
11	PSDN	PT. Prashida Aneka Niaga Tbk.

*Bersambung*

12	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk.
13	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk.
14	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.
15	STTP	PT. Siantar Top Tbk.
16	ULJT	PT. Ultrayaja Milk Industry and Trading Company Tbk.
17	GGRM	PT. Gudang Garam Tbk.
18	HMSP	PT. Handjaya Mandala Sampoerna Tbk.
19	RMBA	PT. Bentoel International Investama Tbk.
20	WIIM	PT. Wismilak Inti Makbur Tbk.
21	DVLA	PT. Darya Varia Laboratoria Tbk.
22	INAF	PT. Indofarma (Persero) Tbk.
23	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero)) Tbk.
24	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk.
25	MERK	PT. Merck Tbk.
26	PYFA	PT. Pyridam Farma Tbk.
27	STVAPI	PT. STVAhering Plough Indonesia Tbk.
28	SILDO	PT. Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk.
29	SQBB	PT. Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk.
30	TSPC	PT. Tempo STVAan Pasific Tbk.
31	MBTO	PT. Martina Berto Tbk.
32	MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk.
33	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk.
34	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk.
35	KDSI	PT. Kedawung Setia Industrial Tbk.
36	KICI	PT. Kedaung Inda Can Tbk
37	LMPI	PT. Langgeng Makmur Industry Tbk.

Sumber : <http://www.idx.co.id>

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian dunia telah berkembang dengan begitu pesatnya yang antara lain ditandai dengan kemajuan di bidang teknologi informasi, persaingan dan pertumbuhan inovasi yang luar biasa ketat mengakibatkan banyak perusahaan juga mengubah cara berbisnisnya (Yudianti, 2000). Agar dapat terus bertahan dengan cepat perusahaan-perusahaan mengubah dari bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labour-based business*), menuju bisnis yang berdasarkan pada pengetahuan (*knowledge-based business*), sehingga karakteristik perusahaannya menjadi perusahaan berbasis ilmu pengetahuan. Seiring dengan perubahan ekonomi yang berkarakteristik ekonomi berbasis ilmu pengetahuan dengan penerapan manajemen pengetahuan (*knowledge management*) maka kemakmuran suatu perusahaan akan bergantung pada suatu penciptaan transformasi dan kapitalisasi dari pengetahuan itu sendiri (Sawarjuwono, 2003).

Yudianti (2000) menyatakan bahwa perubahan proses bisnis, munculnya pemahaman baru mengenai proses produksi, peran konsumen dan juga pandangan perusahaan terhadap peran penting sumber daya manusia memiliki dampak pada pelaporan keuangan. Pelaporan keuangan yang fokusnya kinerja perusahaan sering dianggap kurang memadai sebagai suatu pelaporan kinerja perusahaan. Ada hal lain yang perlu disampaikan kepada para pengguna laporan keuangan yang bisa menjelaskan nilai lebih yang dimiliki perusahaan seperti inovasi, penemuan, pengetahuan dan ketrampilan sumber daya manusia, relasi dengan konsumen dan sebagainya yang sering diistilahkan sebagai *knowledge capital* atau *intellectual capital*, tetapi sulit disampaikan kepada pihak luar karena belum ada standar akuntansi yang mengaturnya.

Abidin (dalam Sawarjuwono, 2003) mengatakan bahwa *intellectual capital* sendiri masih belum dikenal secara luas di Indonesia. Hal ini disebabkan karena perusahaan-perusahaan di Indonesia masih menggunakan *conventional based* dalam membangun bisnisnya, dan perusahaan-perusahaan tersebut belum memberikan

perhatian lebih kepada *human capital*, *structural capital*, maupun *customer capital*. Apabila perusahaan-perusahaan tersebut mengikuti perkembangan yang ada, yaitu manajemen berbasis pengetahuan, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia dapat bersaing secara kompetitif melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh modal intelektual yang dimiliki perusahaan. Sehingga mendorong terciptanya produk-produk yang *favourable* bagi konsumen.

Munculnya “*new economy*”, yang secara prinsip didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan ilmu pengetahuan, juga telah memicu tumbuhnya minat dalam *intellectual capital* (Petty dan Guthrie, 2000). Salah satu area yang menarik perhatian baik akademisi maupun praktisi adalah yang terkait dengan kegunaan IC sebagai salah satu *instrument* untuk menentukan nilai perusahaan (Edvinsson dan Malone, 1997; Sveiby, 2001). Hal ini telah menjadi isu yang berkepanjangan, dimana beberapa penulis menyatakan bahwa manajemen dan sistem pelaporan yang telah mapan selama ini secara berkelanjutan kehilangan relevansinya karena tidak mampu menyajikan informasi yang esensial bagi eksekutif untuk mengelola proses yang berbasis pengetahuan (*knowledge-based processes*) dan *intangible resources* (Bornemann dan Leitner, 2002).

Hong (2007) menyatakan perkembangan “*new economy*” dikendalikan oleh informasi dan pengetahuan, hal ini membawa sebuah peningkatan perhatian pada modal intelektual atau *intellectual capital* (IC). Pengetahuan, informasi, pengalaman, dsb., yang secara kolektif disebut sebagai *intellectual capital*, merupakan dasar untuk sukses pada abad ke 21 ini. Sumber daya tak berwujud ini adalah kunci untuk sukses menciptakan atau menjaga keberlangsungan “*competitive edge*” (Ghosh dan Mondal, 2009). Dalam menghadapi persaingan yang kuat dalam globalisasi, ada sebuah pegakuan bahwa *intellectual capital* adalah sebuah kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan ekonomi (Huang & Liu dalam Sharabati *et al.*, 2010). Oleh karena perusahaan berinvestasi dalam *intellectual capital*, maka volume *intellectual capital* menjadi meningkat sehingga menyebabkan pengukuran IC menjadi topik penting

mengingat keuntungan langsung dan tidak langsung yang dapat diperoleh dari IC. Hal ini mengakibatkan IC telah memegang peranan penting dalam bisnis saat ini (Laury *et al*, 2005).

*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 tentunya akan mampu bersaing dan bertahan di lingkungan bisnis.

Praktik akuntansi konservatisme menekankan bahwa investasi perusahaan dalam *intellectual capital* yang disajikan dalam laporan keuangan, dihasilkan dari peningkatan selisih antara nilai pasar dan nilai buku. Jadi, jika misalnya pasarnya efisien, maka investor akan memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan yang memiliki *intellectual capital* lebih besar (Riahi-Belkaouim, 2003, Firer dan Williams 2003). Selain itu, jika *intellectual capital* merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan *Competitive advantage*, maka *intellectual capital* akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan. (Harrison dan Sullivan, 2000; Chen *et al* 2005)

Bagaimanapun, *intellectual capital* diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan maupun kinerja keuangan. Firer dan Williams (2003), Chen *et al.* (2005) dan Tan *et al.* (2007) telah membuktikan bahwa *intellectual capital* (VAIC™) mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan menggunakan VAIC™ yang diformulasikan oleh Pulic (1998; 1999;2000) sebagai ukuran kemampuan intelektual perusahaan.

Lev (2001) menyatakan bahwa *intellectual capital* merupakan *knowledge assets* yang merupakan kombinasi dari *intangible resource* dan *activities* dan digunakan sebagai transformasi sumber daya menjadi nilai tambah bagi *stakeholder* (European Commission, 2006). Kualitas dari sumber daya manusia menentukan *value* yang dapat

menjaga citra serta meningkatkan *benefit* bagi perusahaan. Meskipun *intellectual capital* berhubungan dengan karyawan, *intellectual capital* dapat dikaitkan dengan bidang kajian akuntansi, yaitu akuntansi sumber daya manusia (*human resources aVACAounting*).

Konsep *human resources aVACAounting* menyatakan bahwa manusia adalah modal yang penting bagi perusahaan sehingga manusia merupakan pengambil keputusan yang paling penting bagi manajemen maupun *stakeholder* (Parasmewaran dan Jothi, 2005). *Human resources aVACAounting* merupakan proses dalam pengidentifikasian dan pengukuran sumber daya manusia di dalam perusahaan serta proses penyaluran informasi kepada pihak yang berkepentingan (Parasmewaran dan Jothi, 2005). Berdasarkan pendapat tersebut dapat dilihat bahwa pengungkapan informasi tentang keberadaan *intellectual capital* dan kontribusinya bagi keberhasilan perusahaan merupakan hal yang penting.

Definisi-definisi *intellectual capital* menurut para ahli mengarahkan pada komponen spesifik atas *intellectual capital*. Bontis *et al.* (2000) menyatakan bahwa secara umum, para peneliti mengidentifikasi tiga komponen utama dari *intellectual capital* yaitu : *Human capital* (VAHU), *structural capital* (STVA), *customer capital* (VACA). VAHU mempresentasikan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya, yakni kombinasi dari *genetic inheritance; education, and attitude* tentang kehidupan dan bisnis. STVA meliputi seluruh *non-human storehouse of knowledge* dalam organisasi. Termasuk dalam hal ini adalah *database, organizational charts, process manuals, strategies, routines* dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar daripada nilai materialnya. Sedangkan, VACA adalah pengetahuan yang melekat dalam *marketing channels* dan *customer relationship* di mana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalannya bisnis. Akan tetapi, perusahaan-perusahaan di Indonesia belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital, structural capital, dan customer capital* (Sawarjuwono, 2003). Padahal agar dapat bersaing dalam era *knowledge-based business*, ketiga

komponen *intellectual capital* tersebut diperlukan untuk menciptakan *value added* bagi perusahaan.

Di Indonesia, fenomena IC mulai berkembang terutama setelah munculnya PSAK No. 19 (revisi 2010) tentang aktiva tidak berwujud. Meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit sebagai IC, namun lebih kurang IC telah mendapat perhatian. Menurut PSAK No. 19 (revisi 2010), aktiva tidak berwujud adalah aktiva nonmoneter 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, 2009).

Dalam penelusuran praktek pencatatan *intangible* tersebut, Guthrie *et al.* (1999) dan IFA (1998) menemukan bahwa akuntansi tradisional tidak dapat menyajikan informasi tentang identifikasi dan pengukuran *intangibles* dalam organisasi, khususnya organisasi yang berbasis pengetahuan. Jenis *intangible* baru seperti kompetensi karyawan, hubungan dengan pelanggan, model-model simulasi, sistem administrasi dan komputer tidak diakui dalam model pelaporan manajemen dan keuangan tradisional. Bahkan dalam prakteknya, beberapa *intangible* tradisional, seperti pemilikan merek, paten dan *goodwill*, masih jarang dilaporkan di dalam laporan keuangan (IFA, 1998; IASB, 2004). Kenyataannya, IAS 38 tentang *Intangibles assets* melarang pengakuan merk yang diciptakan secara internal, logo (*mastheads*), judul publikasi, dan daftar pelanggan (IASB, 2004).

Meskipun PSAK 19 (revisi 2010) yang di dalamnya secara implisit menyinggung tentang IC telah mulai diperkenalkan sejak tahun 2000, namun dalam dunia praktek IC masih belum dikenal secara luas di Indonesia (Ulum, 2007). Menurut Ulum (2007), perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung menggunakan *conventional based* dalam membangun bisnisnya, sehingga produk yang dihasilkannya masih miskin kandungan teknologi. Di samping itu perusahaan-perusahaan tersebut belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*, *structural capital*, dan

*relational capital*. Padahal semua ini merupakan elemen pembangun IC perusahaan (Sawarjuwono, 2003).

Disisi lain, pelaporan *intellectual capital* belum dikenal secara luas karena proses akuntansi terkesan dikembangkan untuk perusahaan manufaktur dan perdagangan yang kurang mencakup seluruh aktivitas perusahaan. Padahal banyak aktivitas perusahaan yang didasarkan pada pengetahuan, keahlian, maupun teknologi (Suhendah, 2005). Laporan keuangan yang dihasilkan perusahaan sebagian besar masih bersifat akuntansi tradisional, atau hanya memaparkan laporan hasil dari penggunaan *tangible asset*. Sedangkan informasi mengenai tenaga kerja perusahaan, pengelolaan perusahaan, dan hubungan perusahaan dengan pelanggan belum dapat disajikan dalam akuntansi tradisional. Oleh karena itu, nilai suatu organisasi dan potensinya untuk mencapai suatu keberhasilan di masa mendatang belum direfleksikan penuh dalam neraca (Astuti, 2004).

Bertolakbelakang dengan meningkatnya pengakuan IC dalam mendorong nilai dan keunggulan kompetitif perusahaan, pengukuran yang tepat terhadap IC perusahaan belum dapat ditetapkan. Misalnya, Pulic (1998; 1999; 2000) tidak mengukur secara langsung IC perusahaan, tetapi mengajukan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan (*Value Added Intellectual Coefficient* – VAIC™). Komponen utama dari VAIC™ dapat dilihat dari sumber daya perusahaan, yaitu *human capital* (VAHU – *value added human capital*), *structural capital* (STVA – *structural capital value added*), dan *customer capital* (VACA – *value added customer capital*).

VAIC™ dirasakan memenuhi kebutuhan dasar ekonomi kontemporer dari sistem pengukuran-pengukuran yang menunjukkan kinerja suatu perusahaan. Penciptaan *value added* pada perusahaan di masa depan. Hal ini berguna bagi semua *stakeholder* (pemberi kerja, karyawan, manajemen, investor, pemegang saham dan mitra bisnis) yang berada di dalam *value creation process* dan dapat diterapkan pada semua tingkat aktivitas bisnis (Pulic, 1998).

Di Indonesia, Ramadhan (2009) meneliti pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2002 -2007. Kinerja perusahaan diukur dengan *market to book value* (MB), *return on assets* (ROA), *return on equity* (ROE), *employee productivity* (EP). Hasil penelitiannya adalah terdapat pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan Kuryanto (2008) yang penelitiannya mereplikasi dari penelitian Hong *et al* (2007), membuktikan bahwa *intellectual capital* tidak berhubungan positif dengan kinerja perusahaan. *Intellectual capital* juga tidak berhubungan dengan kinerja perusahaan masa depan. Dan juga kontribusi *intellectual capital* berbeda-beda untuk setiap jenis industri. Penelitian Kuryanto ini mengambil sampel perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia.

Untuk melakukan analisis rasio keuangan diperlukan perhitungan analisis rasio-rasio keuangan yang mencerminkan aspek-aspek tertentu. Pada umumnya dalam menganalisis laporan keuangan digunakan analisis rasio yang terdiri atas rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan aktivitas. Alat ukur utama untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan yang umum digunakan oleh para investor adalah rasio profitabilitas.

Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio profitabilitas, investor biasanya melihat kinerja keuangan perusahaan yang tercermin dari berbagai macam rasio keuangan. Rasio keuangan merupakan salah satu bentuk informasi akuntansi yang penting dalam penilaian kinerja perusahaan, sehingga dengan menggunakan rasio keuangan tersebut dapat mengungkapkan kondisi keuangan suatu perusahaan maupun kinerja yang telah dicapai perusahaan untuk suatu periode tertentu.

Penelitian ini menggunakan Return on Asset (ROA) sebagai variabel dependen. Return on Asset (ROA) adalah profitabilitas suatu perusahaan yang diukur dengan menghubungkan antara laba yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan. Return on Asset

(ROA) adalah salah satu indikator keberhasilan perusahaan untuk menghasilkan laba sehingga semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi kemampuan untuk menghasilkan laba bagi perusahaan.

Menurut penelitian Citra Puspita dan Wahyu Meiranto (2011), menunjukkan bahwa *human capital* (VAHU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan menurut Damar Asih Dwi Rachmawati (2012), penelitian ini menunjukkan bahwa *human capital* (VAHU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Nova dan Didik (2012) yang menyatakan bahwa *human capital* (VAHU) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Menurut penelitian Zuliyati (2011), menunjukkan bahwa *structural capital* (STVA) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan menurut Chen *et al* (2005), penelitian ini menunjukkan bahwa *structural capital* (STVA) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Menurut penelitian Ronny Malavia (2011), menunjukkan bahwa *customer capital* (VACA) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan menurut Ulum (2008), penelitian ini menunjukkan bahwa *customer capital* (VACA) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Astuti dan Sabeni (2005) yang menyatakan bahwa *customer capital* (VACA) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan ternyata menunjukkan hasil yang berbeda mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai pasar dan kinerja perusahaan. Perbedaan perkembangan dan penggunaan teknologi mungkin dapat mengakibatkan perbedaan dalam penggunaan *intellectual capital* di berbagai negara. Tingkat penggunaan *intellectual capital* yang berbeda menyebabkan perbedaan kinerja keuangan perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai. Masih adanya perbedaan dari hasil penelitian-penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya tersebut membuat penelitian mengenai hubungan

*intellectual capital* dengan kinerja perusahaan masih menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha meneliti hubungan antara *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan dengan menggunakan data dari perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Human Capital*, *Structural Capital*, dan *Customer Capital* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012”**

### 1.3 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana *Intellectual Capital (VAIC<sup>TM</sup>)*, *Human Capital (VAHU)*, *Structural Capital (STVA)*, *Customer Capital (VACA)*, *Return On Asset (ROA)* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012 ?
2. Bagaimana pengaruh secara simultan variabel *Intellectual Capital (VAIC<sup>TM</sup>)* terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012?
3. Bagaimana pengaruh secara parsial *Human Capital (VAHU)* terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012 ?
4. Bagaimana pengaruh secara parsial *Structural Capital (STVA)* terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012 ?
5. Bagaimana pengaruh secara parsial *Customer Capital (VACA)* terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui *Intellectual Capital (VAIC<sup>TM</sup>)*, *Human Capital (VAHU)*, *Structural Capital (STVA)*, *Customer Capital (VACA)*, *Return On Asset (ROA)* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh simultan variabel *Intellectual Capital (VAIC<sup>TM</sup>)* terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh parsial *Human Capital (VAHU)* terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh parsial *Structural Capital (STVA)*, terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh parsial *Customer Capital (VACA)*, terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Kegunaan teoritis yang ingin dicapai dari pengembangan pengetahuan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan daya nalar dari proses pembelajaran dalam mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi hasil literatur sebagai bukti empiris dibidang *Intellectual capital* yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian mendatang yang masih ada kaitannya dengan penelitian ini.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Kegunaan praktis yang ingin dicapai dari penerapan pengetahuan sebagai hasil penelitian ini adalah :

- a) Bagi pihak Perusahaan manufaktur

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak manajemen perusahaan manufaktur dalam penetapan kebijakan, terutama yang menyangkut *Intellectual capital*.

- b) Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak investor untuk mengambil keputusan investasi.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

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 berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dan mendukung pemecahan permasalahan.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, serta teknik analisa data.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan secara rinci mengenai pembahasan dan analisa-analisa yang dilakukan sehingga akan jelas gambaran permasalahan yang terjadi serta menguraikan deskriptif objek penelitian dan hasil analisisnya.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir dari hasil analisis data dan berisi saran-saran yang berguna dan dianggap perlu dalam penelitian.