

2. LANDASAN TEORI

2.1 *Signaling Theory*

Signaling theory adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberi petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham & Houston, 2006). *Signaling theory* ini menjelaskan mengapa perusahaan memiliki motivasi untuk melakukan pengungkapan sukarela kepada pasar, meskipun tidak ada aturan yang mewajibkannya. Perusahaan berkompetisi untuk mendapatkan sumber daya modal yang terbatas dan pengungkapan informasi secara sukarela merupakan hal yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan (Wolk, Tearney, & Dodd, 2000).

Menurut Sharpe (1997) pengumuman informasi akuntansi merupakan berita baik karena bisa menjadi sinyal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa mendatang. Dengan adanya sinyal tersebut, para investor dapat mengetahui adanya perubahan-perubahan yang terjadi pada perusahaan yang dapat dilihat dari perubahan volume perdagangan saham. Laporan tahunan juga merupakan salah satu informasi yang diterbitkan oleh perusahaan, sehingga laporan tahunan harus disajikan dengan terbuka dan transparan.

2.2 *Resource Based Theory*

Sumber daya dapat dianggap sebagai *input* yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan kegiatan mereka. Sumber daya dan kemampuan internal menentukan pilihan-pilihan strategis yang dibuat oleh perusahaan saat berkompetisi dalam lingkungan bisnis eksternal mereka. Sumber daya perusahaan menurut Penrose (1959) ialah heterogen, tidak homogeny, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap perusahaan. Sumber daya tersebut dapat diartikan semua yang dimiliki dan dikendalikan perusahaan baik itu aset, kemampuan perseorangan karyawan, pengetahuan tentang teknologi, proses organisasional, dan informasi yang berguna untuk mengimplementasikan strategi perusahaan sehingga meningkatkan efisiensi dan efektifitas perusahaan. Penrose (1959) mendefinisikan *resource based theory*

adalah teori yang menjelaskan tentang kinerja perusahaan akan optimal jika perusahaan memiliki keunggulan kompetitif sehingga dapat menghasilkan nilai bagi perusahaan.

Keunggulan kompetitif adalah sesuatu yang melekat pada perusahaan dan sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain. Keunggulan kompetitif didapatkan dengan memanfaatkan dan mengelola sumber daya yang dimilikinya dengan baik. Dalam sumber daya yang dimiliki perusahaan, *resource based theory* meyakini bahwa perusahaan sebagai kumpulan kemampuan dalam mengelola sumber daya tersebut. Menurut Barney (1991), terdapat empat kriteria untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan ialah antara lain sumber daya harus bisa menambah nilai positif bagi perusahaan, sumber daya harus sulit untuk ditiru oleh pesaingnya, sumber daya harus bersifat unik diantara sumber daya pesaingnya, dan tidak dapat digantikan dengan pesaing lain. Barney (1991) juga mengungkapkan bahwa dalam *resource based theory*, perusahaan tidak dapat berharap untuk membeli atau mengambil keunggulan kompetitif berkelanjutan yang dimiliki oleh organisasi lain, karena keunggulan tersebut merupakan sumber daya yang langka, sukar ditiru, dan tidak tergantikan

Resource based theory memandang perusahaan sebagai kumpulan sumber daya dan kemampuan (Wernerfelt, 1984). Perbedaan sumber daya dan kemampuan perusahaan dengan perusahaan pesaing akan memberikan keuntungan kompetitif. Asumsi *resource based theory* yaitu bagaimana perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan mengelola sumber daya yang dimilikinya sesuai dengan kemampuan perusahaan. Sedangkan pendekatan *resource based theory* menyatakan bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing yang berkesinambungan dan memperoleh keuntungan superior dengan memiliki atau mengendalikan aset-aset strategis baik yang berwujud maupun yang tak berwujud. Sumber daya perusahaan diklasifikasikan sebagai sumber daya yang berwujud dan tidak berwujud. Menurut Barney (1991) mengkategorikan tiga jenis sumber daya, yaitu :

1. Modal sumber daya fisik (teknologi, pabrik dan peralatan)
2. Modal sumber daya manusia (pelatihan, pengalaman, dan wawasan),
3. Modal sumber daya organisasi (struktur formal).

Resources based theory merupakan sumber daya perusahaan sebagai pengendali utama di balik kinerja dan daya saing perusahaan (Belkaoui, 2003). Menurut teori ini, sebuah organisasi dapat dinilai sebagai kumpulan dari sumber daya fisik, sumber daya manusia, dan sumber daya organisasi. Sumber daya organisasi yang berharga, langka, *imperfectly imitable* dan *imperfectly substitutable* adalah sumber utama dari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk kinerja unggul yang berkelanjutan.

2.3 Legitimacy Theory

Suatu perusahaan tidaklah lepas dari aturan – aturan yang telah ditetapkan di lingkungannya. Jika perusahaan tersebut menjalankan bisnisnya tanpa mengikuti aturan maka perusahaan tersebut tidak akan mendapatkan dukungan dari masyarakat, sehingga perusahaan tidak akan bisa bertahan. Legitimasi adalah persepsi umum atau anggapan bahwa tindakan suatu entitas diinginkan, tepat, atau sesuai dalam beberapa sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dibangun secara sosial (Tiling, 2010). Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan segala keputusan atau tindakan yang akan diambil agar keputusan atau tindakan tersebut bisa sesuai dan seiring dengan aturan – aturan yang telah ditetapkan oleh masyarakat.

Untuk memperoleh legitimasi, perlu adanya kesesuaian antara apa yang diharapkan oleh masyarakat dengan apa yang dilakukan suatu perusahaan. Dalam teori ini, suatu perusahaan perlu secara berkesinambungan membuktikan bahwa perusahaan telah beroperasi dibawah aturan-aturan yang di tentukan, hal ini dapat dilakukan melalui pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan tahunan (Wilmshurst dan Frost, 2000).

2.4 Intellectual Capital

2.4.1 Pengertian *Intellectual Capital*

Intellectual capital adalah sesuatu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman, pengetahuan profesional dan keterampilan, hubungan baik, dan kapasitas teknologi, yang bila diterapkan akan memberikan keunggulan kompetitif pada organisasi. *Intellectual capital* adalah seperangkat pengetahuan, informasi,

kekayaan intelektual, dan keahlian yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. *Intellectual capital* merupakan pengetahuan individu karyawan dan pengetahuan organisasi yang memberikan kontribusi untuk memperoleh keunggulan kompetitif (Bontis dalam Ienciu dan Matis, 2014).

Intellectual Capital (IC) didefinisikan sebagai informasi dan pengetahuan yang diterapkan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa IC merupakan aset tak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan merupakan penciptaan pengetahuan baik secara internal dan eksternal, serta IC yang dapat meningkatkan nilai perusahaan mereka (Uzliawati & Djati, 2015). OECD (2004) menjelaskan *intellectual capital* sebagai nilai ekonomis dari dua kategori *intangible assets* perusahaan, yaitu *organizational (“structural”) capital* dan *human capital*.

Intellectual capital oleh Nahapiet dan Ghoshal (1998), mengacu kepada pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu kolektivitas sosial, seperti sebuah organisasi, komunitas intelektual, atau praktek profesional. Modal intelektual mewakili sumber daya yang bernilai dan kemampuan untuk bertindak yang didasarkan pada pengetahuan. Dari berbagai definisi *intellectual capital* diatas, dapat disimpulkan bahwa IC merupakan modal yang penting yang harus dimiliki perusahaan karena merupakan aset yang bernilai tinggi dan merupakan pengetahuan yang memberikan informasi tentang nilai tak berwujud perusahaan yang dapat mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing.

2.4.2 Komponen *Intellectual Capital*

Kerangka *intellectual capital* terus dikembangkan dengan tujuan agar IC dapat lebih dipahami. Pulic (2008) mengklasifikasikan IC menjadi 2 kategori, yaitu *human capital* dan *structural capital*. Sedangkan Singh & Kansal (2011) mengkategorikan IC menjadi *internal (structural) capital*, *external (relational/customer) capital* dan *human capital (employee competence)*, kerangka IC inilah yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

1. *Internal Capital* atau *Structural Capital*

Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan mendukung karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta

kinerja bisnis secara keseluruhan yang mengacu pada pengetahuan yang tertanam dalam struktur dan proses organisasi (Petty & Cuganesan, 2005) termasuk *database*, bagan organisasi, proses, strategi, rutinitas (Roos (1997) dalam Curado, Henriques, & Bontis, 2011). Menurut Bruggen (2009) *structural capital* adalah kategori yang paling sering diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Structural capital dibagi menjadi dua sub-kategori, yaitu *intellectual property* dan *infrastructure assets*. *Intellectual property* terdiri dari aset intelektual yang dilindungi oleh undang-undang, seperti hak paten, hak cipta dan merek dagang. *Infrastructure assets* terdiri dari unsur-unsur yang dapat diperoleh dari luar atau dibentuk dari dalam perusahaan (budaya perusahaan, proses manajemen, sistem informasi, sistem jaringan dan proyek-proyek penelitian) (Bozzolan et al., 2003).

2. *External Capital* atau *Relational Capital*

Relational Capital terdiri dari hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan eksternal seperti pelanggan dan pemasok, merek, saluran distribusi, reputasi, dan kolaborasi bisnis (Petty & Cuganesan, 2005; Bozzolan, 2003). *Relational capital* terkait dengan terbentuknya ikatan yang kuat antara organisasi dan pelanggannya. Kualitas hubungan dan kemampuan untuk menciptakan pelanggan baru merupakan faktor kunci bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Hubungan dengan pihak lain seperti pemasok dan aliansi juga merupakan sumber pengetahuan yang sangat penting bagi perusahaan (Singh & Kansal, 2011). *Relational capital* menyoroti cara di mana perusahaan menciptakan nilai dengan menekankan penciptaan modal ekonomi atas modal sosial dan modal manusia (Abeysekera, 2006).

3. *Human Capital*

Human capital mengacu pada keterampilan/kompetensi, pelatihan dan pendidikan, serta pengalaman dan karakteristik tenaga kerja organisasi (Petty dan Cuganesan, 2005). Nilai dari *human capital* merupakan akumulasi dari nilai investasi dalam pelatihan karyawan, kompetensi, dan masa depan (Pablos, 2002). Menurut Curado et al. (2011) *human capital* biasanya diakui sebagai aset yang

paling berharga dalam suatu perusahaan karena mendasari kemampuan organisasi untuk membuat keputusan dan mengalokasikan sumber daya. Karyawan disini dianggap sebagai aset bukan biaya (Pulic, 2008). Hal ini memungkinkan *human capital* menjadi sumber inovasi dan pembaharuan strategis. Wang, Sharma, dan Davey (2016) mengatakan bahwa item yang paling sering diungkapkan dalam kategori *human capital* adalah “*Employee*” dan “*education/training*”.

2.4.3 Intellectual Capital Disclosure

Intellectual capital disclosure merupakan suatu laporan yang dikeluarkan perusahaan mengenai informasi *intellectual capital* yang dimiliki oleh perusahaan, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna laporan tersebut karena informasi keuangan saja tidak cukup menggambarkan seluruh kekayaan perusahaan (Abeysekera, 2006). Guthrie dan Petty (2000) menyatakan fakta bahwa kini *intellectual capital disclosure* memberikan manfaat yang lebih besar dibanding masa lalu. Terutama bagi perusahaan yang mempunyai karakteristik industri dominan yang mengalami perubahan, seperti dari perusahaan manufaktur berubah menjadi *high technology*, finansial dan jasa asuransi.

Mouritsen, Larsen, dan Bukh (2001) menyatakan bahwa *intellectual capital disclosure* dalam laporan tahunan sebagai suatu cara perusahaan untuk mengungkapkan bahwa laporan tersebut menggambarkan aktivitas perusahaan yang dapat dipercaya, terpadu (koesif), serta benar dan jujur/adil. *Intellectual capital disclosure* dikomunikasikan untuk *stakeholder* internal dan eksternal dengan cara memadukan laporan yang berbentuk angka, visualisasi, dan naratif yang bertujuan untuk penciptaan nilai perusahaan. Bukh (2003) juga menyatakan bahwa *intellectual capital disclosure* menjadi bagian dari kerangka proses penciptaan nilai dalam perusahaan.

Intellectual capital disclosure telah menjadi bentuk komunikasi baru yang mengendalikan kontrak antara manajemen dan pekerja. Oleh karena itu, hal tersebut memungkinkan manajer untuk membuat strategi-strategi dalam memenuhi ekspektasi *stakeholder* seperti investor, dan untuk meyakinkan *stakeholder* atas manfaat kebijakan perusahaan (Abeysekera, 2006).

Masih belum terdapat standar akuntansi yang mengatur mengenai tata cara pengungkapan informasi *intellectual capital* perusahaan, oleh sebab itu *intellectual capital disclosure* merupakan pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) dan perusahaan dapat memilih untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan *intellectual capital* dalam laporan tahunan perusahaan (An et al, 2011).

Dalam penelitian ini, *intellectual capital disclosure* diukur melalui *intellectual capital disclosure index*, untuk mengetahui tingkat modal intelektual yang diungkapkan dalam suatu perusahaan, dengan cara menganalisa konten dari *annual report* perusahaan. Indeks pengungkapan modal intelektual dalam penelitian ini menggunakan indeks yang berjumlah 37 item *intellectual capital disclosure checklist* (17 item *human capital*, 10 item *structural capital*, 10 item *relational capital*) yang dikembangkan oleh Yan (2017). Skor 1 diberikan apabila item dalam *intellectual capital disclosure checklist* telah diungkapkan dalam *annual report* perusahaan dan 0 jika tidak. Selanjutnya, melakukan perbandingan antara total ICD yang telah diungkapkan perusahaan dengan jumlah maksimum ICD yang harus diungkapkan oleh perusahaan. Dengan demikian, perhitungan ICD Index dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ICDi = \frac{\sum Di}{M} \times 100\% \quad (2.1)$$

Dimana:

ICDi = Indeks pengungkapan modal intelektual

Di = Skor 1 jika diungkapkan, skor 0 jika tidak diungkapkan

M = Jumlah maksimum item pengungkapan yang harus diungkapkan perusahaan.

2.5 Value Added Intellectual Coefficiency

Salah satu pengukuran yang dianggap sebagai indikator yang cocok untuk mengukur IC secara empiris dengan menggunakan metode VAIC (*value added intellectual coefficient*) yang dikembangkan oleh Pulic (1998). VAIC digunakan untuk memonitor dan mengukur efisiensi penciptaan nilai tambah (*value added*) terhadap komponen *intellectual capital* perusahaan. Semakin besar nilai VAIC,

membuktikan bahwa perusahaan lebih efisien dalam mengelola sumber daya. Komponen utama dari VAIC dapat dilihat dari sumber daya perusahaan, yaitu *human capital efficiency* (HCE), *structural capital efficiency* (SCE), *capital employed efficiency* (CEE) (Pulic, 2004).

Metode VAIC yang digunakan dalam penelitian ini dikembangkan oleh Pulic (2002a, b). Beberapa langkah yang diperlukan dalam menghitung VAIC:

1. Nilai tambah (VA) = keluaran (Output) – masukan(Input)

$$VA = S - B = NI + T + DP + I + W \quad (2.2)$$

Dimana:

- S adalah penjualan dan pendapatan lainnya atau net pendapatan penjualan (Output);
- B adalah biaya penjualan dan biaya lainnya atau Harga Pokok Penjualan (Input);
- NI adalah laba bersih setelah pajak;
- T adalah pajak;
- DP adalah depresiasi;
- I adalah beban bunga;
- W adalah upah karyawan dan gaji.

Persamaan VA di atas dikenal sebagai “Nilai Tambah Bruto” pendekatan

2. *Human Capital Efficiency* (HCE) – Dalam model VAIC, HC didefinisikan sebagai *salary* dan *wages* pada periode tertentu (Pulic, 1998). HC yang tinggi mencerminkan *skill* karyawan yang tinggi sehingga dapat memberikan nilai tambah dibandingkan dengan karyawan yang memiliki *salary* dan *wages* rendah. HCE menunjukkan efisiensi penggunaan HC dalam menciptakan nilai tambah. Jika *human capital cost* rendah sedangkan VA lebih tinggi maka perusahaan telah menggunakan HC secara efisien.

$$HCE = VA / HC \quad (2.3)$$

Dimana:

VA = *value added*

HC = *human cost* (upah karyawan dan gaji)

3. *Structural Capital Efficiency (SCE)* – *Structural capital* yang dikembangkan secara internal, meliputi kebijakan, proses, lingkungan kerja dan inovasi yang diciptakan oleh *research & development*.

$$\mathbf{SC = VA - HC} \quad \mathbf{(2.4)}$$

Dimana:

SC = *structural capital*

VA = *value added*

HC = *human cost* (upah karyawan dan gaji)

HC dan SC berbanding terbalik, dimana meningkatkan HC akan menurunkan SC. SCE diukur dengan (Pulic, 1998):

$$\mathbf{SCE = SC / VA} \quad \mathbf{(2.5)}$$

4. *Capital Employed Efficiency (CEE)* – *Capital employed* mengukur efisiensi *physical* dan *financial capital*.

$$\mathbf{CEE = VA / CE} \quad \mathbf{(2.6)}$$

Dimana:

VA = *value added*

CE = *book value tangible assets*

CE mewakili *tangible resources* sedangkan HC mewakili *intangible resources* (Chen, Cheng, Hwang, 2005).

5. VAIC – *value added efficiency* terhadap *tangible* dan *intangible assets*:

$$\mathbf{VAIC = HCE + CEE + SCE} \quad \mathbf{(2.7)}$$

2.6 Firm Performance

Berbagai ukuran telah digunakan oleh para peneliti untuk mengukur kinerja. Mereka mengklasifikasikan pengukuran tersebut ke dalam *accounting-based measurement* dan *market-based measurement*. Pengukuran kinerja sangat penting dalam pengelolaan sebuah organisasi secara efektif dan dalam peningkatan proses karena hanya hal-hal yang dapat diukur yang dapat dikelola. Oleh karena itu,

peningkatan kinerja organisasi memerlukan beberapa pengukuran untuk menentukan dampak tingkat efektivitas organisasi terhadap kinerja bisnis (Al-Matari, Al-Swidi, & Fadzil, 2014). Dalam penelitian ini kinerja perusahaan diukur melalui *accounting-based measurement* yaitu *Return on Asset* (ROA).

Kinerja operasional perusahaan yang terbaik dapat dijelaskan melalui kinerja keuangan atau *financial performance* (Combs, Crook, & Shook, 2005). Kinerja keuangan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan sumber daya baru dari kegiatan operasional perusahaan (Yu, 2013). Rasio profitabilitas menjadi alat ukur utama untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan dalam kegiatan investasi yang umum digunakan oleh investor karena dapat menggambarkan tingkat pengembalian investasi mereka (Kabajeh, Nu'aimat, & Dahmash, 2012).

ROA secara luas dianggap sebagai ukuran yang paling berguna untuk menguji kinerja perusahaan (Zeitun & Tian, 2007). Pemilihan ROA sebagai proksi untuk profitabilitas perusahaan karena ROA digunakan untuk mengukur kemampuan keseluruhan dana yang diinvestasikan dalam aktiva yang digunakan dalam operasi untuk menghasilkan keuntungan. ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik karena tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi (Heikal, Khaddafi, & Ummah, 2014). Selain itu, semakin tinggi ROA mencerminkan penggunaan aset secara efektif dalam melayani kepentingan ekonomi pemegang saham (Haniffa & Hudaib, 2006).

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \quad (2.8)$$

2.7 Firm Size

Menurut Subagyo (2009), ukuran perusahaan diinterpretasikan besarnya aktivitas operasional perusahaan. Aktivitas operasional ini bisa diindikasikan dengan besarnya penjualan yang dihasilkan, jumlah aktiva yang dimiliki atau jumlah karyawan yang bekerja. Perusahaan yang memiliki ukuran besar pada umumnya lebih mudah untuk akses ke sumber pendanaan sehingga sumber pembiayaannya lebih bervariasi dibanding dengan perusahaan yang ukurannya kecil. Dilihat dari persepektif keterbukaan informasi, perusahaan yang besar cenderung lebih terbuka sehingga lebih transparan. Perusahaan yang terbuka mudah

dinilai oleh pihak eksternal sehingga informasi asimetri relatif lebih rendah. Untuk memberikan kriteria yang pasti mengenai ukuran suatu perusahaan, digunakan rumus sebagai berikut (Kamardin, 2014):

$$Firm\ size = \frac{\text{penjualan tahun } x}{\text{Total penjualan}} \times 100\% \quad (2.9)$$

2.8 Sales Growth

Menurut Swastha (2000), pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan/atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Sedangkan menurut Higgins (2003) mengatakan bahwa tingkat pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari pertambahan *volume* dan peningkatan harga, khususnya dalam hal penjualan karena penjualan merupakan suatu aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan tujuan yang ingin dilakukan oleh perusahaan yaitu tingkat laba yang diharapkan. Perhitungan tingkat penjualan berdasarkan penjualan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan semakin baik.

Penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan, karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aktiva dan bila penjualan ditingkatkan maka aktiva pun harus ditambah (Weston dan Brigham, 1991). Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan. Untuk mengukur pertumbuhan penjualan, digunakan rumus (Odalo, Njuguna, & Achoki, 2016).:

$$Sales\ growth = \frac{Sales_t - Sales_{t-1}}{Sales_{t-1}} \times 100\% \quad (2.10)$$

2.9 Firm Age

Umur perusahaan mencerminkan bagaimana perusahaan dapat bertahan dalam persaingan industri (Kim & Joo, 2013). Hal ini disebabkan karena keberlangsungan perusahaan bergantung dari keberlangsungan produknya, apabila tidak dipromosikan dan berimbas pada tidak lakunya produk tersebut, maka perusahaan tersebut tidak dapat bertahan.

Perusahaan yang lebih tua cenderung tidak fleksibel dan tidak dapat menghadapi perubahan lingkungan. Sebaliknya, perusahaan yang baru dan lebih kecil mengambil pangsa pasar terlepas dari kelemahan seperti kurangnya modal, merek dan reputasi perusahaan yang belum banyak dikenal (Almajali, Alamro, dan Al-Soub, 2012).

Berbeda dengan pendapat Liargovas dan Skandalis (2008) dalam Almajali, Alamro, dan Al-Soub (2012) yang menyatakan bahwa perusahaan yang mengalami penuaan menjadi lebih berpengalaman sejalan dengan usia, tidak rentan terhadap hutang, rasio ekuitas yang lebih tinggi, memiliki tingkat produktivitas yang meningkat secara terus-menerus. Oleh karena itu, laba yang dihasilkan lebih tinggi dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang lebih tua juga dapat mengambil manfaat dari efek reputasi, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan margin yang lebih tinggi pada penjualan. Dalam penelitian ini, umur perusahaan diukur dari awal perusahaan tersebut melakukan *initial public offering* (IPO) hingga laporan tahunan yang digunakan dalam penelitian ini (Nimtrakoon, 2015).

2.10 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *intellectual capital disclosure* semakin banyak dilakukan, khususnya mengenai pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan dimana indikator kinerja perusahaan menggunakan *return on asset*. Abdullah & Sofian (2012) meneliti pengaruh *intellectual capital disclosure* terhadap *return on asset* pada perusahaan-perusahaan publik yang terdaftar di Malaysia yang beroperasi sebagai *in-house* internal audit (IAF), dimana mereka mendapat hasil yaitu *intellectual capital disclosure* berpengaruh positif terhadap *return on asset*. Albassam (2014) juga meneliti mengenai pengaruh *intellectual capital disclosure*

yang dilakukan oleh 80 perusahaan yang terdaftar di Saudi pada tahun 2004-2010 terhadap kinerja perusahaan mereka (*return on asset*), dan hasilnya juga berpengaruh positif. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Mutiva (2015) dan Achoki, et al (2016) dan mendapat hasil berpengaruh positif. Tetapi ada juga penelitian yang mendapat hasil berpengaruh negatif dimana penelitian ini dilakukan oleh Hassan & Halbouni (2013). Mereka meneliti pengaruh *intellectual capital disclosure* terhadap *return on asset* pada 95 perusahaan yang terdaftar di *Emirates Security* dan *Commodity Market Authority* (ES & CMA) pada tahun 2008.

Dalam mengukur nilai *intellectual capital* suatu perusahaan, VAIC berperan penting dalam menentukan nilai tersebut. Clarke, Seng & Whiting (2011) telah meneliti mengenai pengaruh VAIC terhadap *return on asset* terhadap 2161 perusahaan yang terdaftar pada Bursa Australia ditahun 2003-2008 dan mendapat hasil pengaruh positif. Chen, Cheng & Hwang (2005) juga melakukan penelitian tersebut, terhadap semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Taiwan ditahun 1992-2002 dimana mereka mendapatkan hasil VAIC berpengaruh positif terhadap *return on asset*. Shiu (2006) meneliti pengaruh VAIC perusahaan yang terdaftar pada *Amman Stock Exchange* pada tahun 2005-2011 yang bergerak di industri kimia, pertambangan dan ekstraksi, tembakau dan rokok, industri listrik, kertas dan industri kartun, sektor makanan dan minuman, percetakan, kemasan, industri kaca, keramik, tekstil, kulit dan pakaian terhadap *return on asset* mereka, dan hasil yang mereka dapat adalah VAIC berpengaruh positif terhadap *return on asset*, namun salah satu komponen VAIC yaitu SCE (*Structural Capital Efficiency*) tidak memberikan pengaruh terhadap *return on asset*.

Chan, K.H (2009) juga meneliti mengenai pengaruh VAIC terhadap *return on asset* pada semua perusahaan yang terdaftar dalam *Hong Kong Stock Exchange* pada tahun 2001-2005, Chan menggunakan *firm size* sebagai variabel kontrol. Hasilnya yaitu VAIC berpengaruh positif terhadap *return on asset*, tetapi *firm size* tidak berpengaruh terhadap *return on asset*. Penelitian ini juga dilakukan oleh Zeghal & Maaloul (2010) terhadap 300 perusahaan di Inggris yang terdaftar di *London Stock Exchange* pada tahun 2005 dan telah menemukan bahwa VAIC berpengaruh positif terhadap *return on asset*. Salehi, Enayati & Javadi (2014) juga meneliti hal yang sama terhadap 39 perusahaan yang terdaftar dalam *Tehran Stock*

Exchange pada tahun 2007-2010 dan mendapat hasil positif juga. Deep & Narwal (2014) meneliti 100 perusahaan industri tekstil di India tahun 2002-2012 dan mendapat hasil VAIC berpengaruh positif terhadap *return on asset*. Hasil yang sama juga ditemukan oleh beberapa peneliti lainnya, yaitu Ozkan, Cakan, & Kacayan (2017), Isanzu (2016), Al-Musali & Ismail (2014), Singh, et al (2016), dan Ting, I.W.K & Lean, H.H (2009).

Firm size juga sering dipertimbangkan oleh peneliti sebagai variabel kontrol. Williams & Firer (2003) menggunakan *firm size* sebagai variabel kontrol terhadap *return on asset*, dan mendapat hasil *firm size* tidak berpengaruh terhadap *return on asset*. Chan K.H (2009) juga mendapati hal yang sama yaitu tidak berpengaruh. Kamath (2015) meneliti 30 perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di *Bombay Stock Exchange* (BSE) tahun 2008-2012 dan mendapat hasil bahwa *firm size* tidak berpengaruh terhadap *return on asset*. Hasil yang sama juga didapatkan oleh peneliti lain yaitu Al-Musali & Ismail (2014) dan Ozkan, Cakan dan Kacayan (2017). Zeghal & Maaloul (2010) meneliti 300 perusahaan Inggris yang terdaftar dalam *London Stock Exchange* di tahun 2005 menemukan *firm size* berpengaruh terhadap *return on asset* tetapi tidak signifikan. Sedangkan Albassam (2014) yang meneliti 80 perusahaan yang terdaftar di Saudi tahun 2004-2010 menemukan bahwa *firm size* berpengaruh positif terhadap *return on asset*. Deep & Narwal (2014) juga meneliti menggunakan *firm size* sebagai variabel kontrolnya, dan menemukan bahwa *firm size* berpengaruh signifikan terhadap *return on asset*. Hassan & Halbouni (2013) juga menemukan hal yang sama. Selcuk (2016) meneliti perusahaan yang tercatat di bursa Istanbul tahun 2005-2014 menemukan bahwa *firm size* berpengaruh negatif terhadap *return on asset*.

Selain *firm size*, *firm age* juga digunakan sebagai variabel kontrol. Nimtrakoon (2015) yang meneliti 213 perusahaan teknologi yang terdaftar di 5 bursa saham ASEAN mendapat hasil bahwa *firm age* tidak berpengaruh terhadap *return on asset*. Leite & Carvalhal (2016) meneliti 250 perusahaan di Brazil dan menemukan *firm age* berpengaruh positif terhadap *return on asset*. Sebaliknya, Loderer & Waelchli (2010) dan Selcuk E.A (2016) menemukan bahwa *firm age* berpengaruh negatif terhadap *return on asset*. Mappanyuki dan Sari (2017) meneliti apakah *sales growth* berpengaruh terhadap *return on asset*, dan hasilnya yaitu *sales*

growth tidak berpengaruh terhadap *return on asset*. Sedangkan Odalo, Njuguna & Achoki (2016) menemukan bahwa terdapat pengaruh dari *sales growth* terhadap *return on asset* secara positif.

2.11 Hipotesa Penelitian

2.11.1 Pengaruh *Intellectual Capital Disclosure* terhadap *Firm Performance*

Berdasarkan *legitimacy theory*, perusahaan akan mengutamakan persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi di dalam laporan tahunan, seperti *intellectual capital disclosure*. Dengan melakukan pengungkapan secara transparan membuat perusahaan menjadi lebih diterima di masyarakat. Hal ini akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan karena mendapat dukungan dari masyarakat (Achoki, et al., 2016). Berdasarkan pernyataan di atas, maka hipotesa yang diajukan yaitu :

H1: *Intellectual capital disclosure* berpengaruh positif terhadap *firm performance*.

2.11.2 Pengaruh VAIC terhadap *Firm Performance*

Human capital menggambarkan sumber daya manusia dengan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang unggul, yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan sehingga mencapai keunggulan kompetitif. Indikasi gaji dan tunjangan yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan, mampu meningkatkan kontribusi karyawan dalam mendukung kinerja perusahaan sehingga *human capital* dapat menciptakan *value added* serta meningkatkan profit perusahaan.

Value added yang dimiliki perusahaan salah satunya dihasilkan oleh efisiensi dari *human capital*. Artinya, perusahaan mampu memaksimalkan pengetahuan, keahlian, jaringan sehingga menciptakan nilai tambah, sehingga hal ini juga dapat menguntungkan *shareholder* karena manajemen mampu mengelola organisasi untuk kepentingan mereka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *human capital* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas (Sany & Hatane, 2014). Nimtrakoon (2015); Shiu (2006); Salehi, Enayati, & Javadi (2014) juga berpendapat ada pengaruh positif yang signifikan antara *Value Added Intellectual Capital* (VAIC) khususnya *Human Capital Efficiency* (HCE) dengan

profitabilitas perusahaan. HCE menunjukkan berapa banyak *value added* dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja.

Structural capital didefinisikan oleh Muhammad dan Ismail (2009) sebagai *competitive intelligence*, formula, sistem informasi, paten, kebijakan, proses yang dihasilkan dari produk atau sistem perusahaan yang telah diciptakan. Tidak seperti *human capital* yang hilang setelah karyawan meninggalkan perusahaan, *structural capital* merupakan *knowledge* yang tetap ada dan dimiliki perusahaan secara keseluruhan (Chen, Cheng, Hwang, 2005). *Structural capital* meliputi konten dalam *enterprise knowledge asset*, serta investasi intelektual ke dalam bisnis fisik dan infrastruktur teknis yang mendukung aktivitas perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan SCE memiliki pengaruh yang positif terhadap ROA yaitu Chen, Cheng, dan Hwang (2005); Clarke dan Whiting (2011); Deep dan Narwal (2014).

Capital employed didefinisikan sebagai total modal yang dimanfaatkan dalam aset tetap dan lancar perusahaan. Dilihat dari sisi pendanaan, setara dengan dana pemegang saham (*equity capital*) ditambah kewajiban jangka panjang (*loan capital*). Namun jika dilihat dari sisi aset, setara dengan aset tetap ditambah *working capital* (Muhammad, Ismail, 2009). Perusahaan dengan modal fisik dan finansial yang kuat dapat mendukung operasional perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas. Chen, Cheng & Hwang (2005) menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara CEE dengan ROA konsisten dengan pandangan para penulis lainnya Shiu (2006); Mosavi, Nekoueizadeh, & Ghaedi (2012); Kamath (2015) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara CEE dengan ROA.

Berdasarkan *resource based theory*, kinerja perusahaan akan optimal jika perusahaan memiliki keunggulan kompetitif sehingga dapat meningkatkan nilai profitabilitas perusahaan. Keunggulan kompetitif tersebut diperoleh dengan seberapa efisiensi perusahaan mengelola setiap sumber daya yang dimiliki dengan baik, dimana sumber daya perusahaan terdiri dari *human capital*, *structural capital*, dan *capital employed*. Dari pernyataan-pernyataan tersebut, maka hipotesa yang diajukan yaitu :

H2: *Value added intellectual efficiency* berpengaruh positif terhadap *firm performance*

2.11.3 Pengaruh *Firm Size* terhadap *Firm Performance*

Menurut Pervan dan Visic (2012), perusahaan yang besar memiliki profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang kecil dikarenakan adanya *market power*, *economic of scale*, dan *market experience*. Ukuran suatu perusahaan dilihat dari total asetnya. Semakin besar total aset perusahaan, maka perusahaan dapat memberikan tingkat pengembalian (*return*) yang lebih pasti kepada investor. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abzari (2012) yang mengatakan bahwa perusahaan yang besar memiliki manajemen yang baik sehingga mempengaruhi ketepatan prediksi tingkat pengembalian bagi investor yang dapat digunakan investor sebagai pertimbangan berinvestasi. Selain itu, ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Albassam (2014); Deep & Narwal (2014). Berdasarkan *resource based theory*, perusahaan yang memiliki ukuran besar telah berhasil mengelola sumber dayanya dengan baik sehingga perusahaan tersebut juga telah berhasil meningkatkan profitabilitasnya. Perusahaan juga akan mendapat keunggulan dibandingkan perusahaan lain yang lebih kecil karena memiliki modal yang lebih besar. Berdasarkan pernyataan di atas, maka hipotesa yang diajukan yaitu:

H3: *Firm size* berpengaruh positif terhadap *firm performance*

2.11.4 Pengaruh *Sales Growth* terhadap *Firm Performance*

Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan penjualan antara tahun sekarang dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang dinyatakan dalam bentuk persentase (Carvalho & Costa, 2014). Sambharakreshna (2010) mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam investasi yang dilakukan pada periode yang lalu, sehingga dapat memprediksi pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Odalo, Njuguna, & Achoki (2016) yang mengatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap *firm performance* yang diukur menggunakan ROA.

Berdasarkan *signaling theory*, melalui laporan keuangan, perusahaan telah memberikan sinyal berupa informasi dimana pertumbuhan penjualan perusahaan telah meningkat sehingga pengguna informasi dapat berinvestasi dalam perusahaan tersebut. Selain itu, menurut *resource based theory* perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang bagus juga telah secara efisien mengelola sumber daya yang dimilikinya, sehingga perusahaan tersebut dapat meningkatkan profitabilitasnya. Berdasarkan pernyataan di atas, maka hipotesa yang diajukan yaitu :

H4: *Sales growth* berpengaruh positif terhadap *firm performance*

2.11.5 Pengaruh *Firm Age* terhadap *Firm Performance*

Umur perusahaan menunjukkan sudah berapa lama suatu perusahaan menjadi perusahaan terbuka (*go public*) dan menjalankan usahanya. Seiring waktu, perusahaan belajar untuk semakin baik dan lebih efisien serta memiliki keunggulan kompetitif dalam bisnisnya dan mendorong keberhasilan dan kemakmuran organisasi (Arrow, 1962). Martinez (2006) menyatakan bahwa proses pembelajaran mempengaruhi profitabilitas perusahaan dimana ketika perusahaan memiliki keahlian dalam proses bisnisnya maka menyebabkan adanya efisiensi biaya dan meningkatkan *profit margin* yang kemudian berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan, termasuk *return on assets*. Investor selaku penanam modal lebih percaya pada perusahaan yang telah lama dibandingkan perusahaan yang baru berdiri karena perusahaan yang telah lama berdiri diasumsikan akan menghasilkan laba yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan baru. Sehingga perusahaan yang lama berdiri lebih menarik perhatian investor (Zen & Herman, 2007). Sejalan dengan hal ini, penelitian yang dilakukan oleh Leite dan Carvalhal (2016) mengemukakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki umur yang panjang akan semakin efisien dalam mengelola sumber daya perusahaannya, sehingga hubungan antara *firm age* dan *firm performance* dapat didasari dengan teori *resource based*. Perusahaan akan mendapat keunggulan karena lebih dikenal dalam pasar serta telah bertumbuh seiring waktu. Berdasarkan pernyataan di atas, maka hipotesa yang diajukan yaitu:

H5: *Firm age* berpengaruh positif terhadap *firm performance*