

INTELLECTUAL CAPITAL DAN SPIRITUAL CAPITAL TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BANTEN

Achmad Nasrullah

¹*Program Studi Akuntansi STIE Al-Khairiyah Cilegon*

anas.arul@gmail.com

Erlina Sari Pohan

²*Program Studi Akuntansi STIE Al-Khairiyah Cilegon*

erlinasaripohan@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship of the implementation of Intellectual Capital and spiritual capital to Business Performance on the manufacture company in the province of Banten. Specially purpose of this research is to know the relationship of the Human Capital with Customer Capital, to know the relationship of the Human Capital with Structural Capital, to know the relationship of the Customer Capital with Business Performance, to know the relationship of the Structural Capital with Business Performance. The sample is that used in this research are 66 manufacturing companies on the province of Banten, and the unit of analysis are Finance Manager, Human Resource Development Manager, and Production Manager. Data is that obtained in this research is the primary data with the research instruments such as questionnaires. 120 questionnaire is that assigned, the questionnaire return and meet criteria of author are 66 questionnaires. For test hypothetical got results that Human Capital associated with significant positive Customer Capital. Human Capital associated with significant positive Structural Capital. Customer Capital has a significant positive relationship to the Business Performance. Structural Capital associated not significantly positive to the Business Performance. Last Intellectual Capital is a significant positive relation with the Business Performance.

Keywords: Human Capital, Structural Capital, Customer Capital, Spiritual Capital and Business Performance.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, inovasi teknologi dan persaingan yang ketat memaksa perusahaan-perusahaan mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Agar dapat terus bertahan dengan cepat perusahaan-perusahaan mengubah dari bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor-based business*) menuju *knowledge based business* (bisnis berdasarkan pengetahuan), dengan karakteristik utama ilmu pengetahuan. Kenaikan nilai kapitalisasi saham yang cukup tinggi dan adanya selisih antara nilai buku dengan nilai kapitalisasi saham pada *knowledge based industries* menunjukkan terjadinya “*missing value*” pada laporan keuangan yang oleh Stewart (1997) kemudian disebut sebagai *intellectual capital*. Stewart (1997) dalam Dwi dan Arifin (2005) menunjukkan perbandingan nilai buku dengan nilai pasar saham yang terdapat di neraca pada perusahaan berbasis pengetahuan adalah 1 : 7, sedangkan pada perusahaan jasa 1 : 1. Menurut Stewart (1997) terjadinya selisih tersebut karena terdapat *intangible asset* yang tidak dicatat dalam neraca oleh perusahaan.

Ketidakkampuan perusahaan untuk mencatat *intangible asset* tersebut dalam neraca dikarenakan standar akuntansi yang ada saat ini belum mampu menangkap dan melaporkan investasi

yang dikeluarkan untuk memperoleh sumber daya non fisik. Investasi sumber daya non fisik yang dapat ditangkap dan dilaporkan menurut standar akuntansi saat ini baru sebatas investasi dalam bentuk *intellectual property*.

Sistem akuntansi konvensional tidak mengizinkan perusahaan untuk mengkapitalisasi aktiva tidak berwujud dan melaporkannya seperti aset lain. Sehingga laporan keuangan tidak lagi memadai untuk dilakukannya penilaian terhadap *performance* dan nilai potensial perusahaan. Dengan demikian, akuntansi juga diyakini belum mampu melakukan pengakuan dan pengukuran terhadap *intellectual capital*, karena akuntansi cenderung hanya berfokus pada aktiva yang sifatnya nyata (*hard assets*) saja. Kalaupun ada *intangible asset* yang diakui dan diukur dalam laporan keuangan, kebanyakan masih didasarkan pada nilai historis (*historical cost*) bukan potensinya dalam menambah nilai (Stewart, 1997) dalam Dwi dan Arifin (2005).

Keterbatasan-keterbatasan tersebut memberikan tantangan bagi akuntansi manajemen maupun akuntansi keuangan. Akuntansi manajemen memerlukan alat baru untuk mengelola investasi keahlian karyawan, untuk pengukuran tingkat pengembalian investasi keahlian karyawan, serta informasi dan teknologi dalam jangka panjang (IFAC, 1998). Sedangkan akuntansi keuangan memerlukan pengukuran akuntansi yang tidak sama antara perusahaan satu dengan lainnya untuk menunjukkan indikator *intellectual capital*, dan memerlukan adanya pengukuran baru yang tidak berbasis moneter (Upton, 2001) dalam Partiwati dan Arifin (2005).

Tantangan-tantangan tersebut muncul karena saat ini, faktor dominan di dalam penilaian suatu perusahaan, terutama untuk perusahaan-perusahaan *high technology* dan *professional service* adalah *intellectual capital* (Pike, Rylander & Roos, 2002). Oleh sebab itu, meskipun masih tidak memungkinkan untuk memberikan nilai moneter terhadap *intellectual capital*, namun *intellectual capital* perlu dipertimbangkan agar proses penciptaan nilai mudah dipahami.

Implementasi modal intelektual merupakan sesuatu yang masih baru, bukan saja di Indonesia tetapi juga di lingkungan bisnis global, hanya beberapa negara maju saja yang telah mulai untuk menerapkan konsep ini, contohnya Australia, Amerika dan negara-negara Skandinavia. Selain itu dalam menentukan garis pedoman atas pengukuran *Intangible* yang dilakukan oleh lembaga-lembaga peneliti di Eropa seperti NORDIC, DATI, dan MERITUM juga belum bisa merumuskan konsep yang sama terhadap hal tersebut. Namun perusahaan-perusahaan yang mereka teliti tetap melaporkan *Intellectual Capital* sebagai *Voluntary Report*, (Toma's dan Ramo'n, 2007).

Di Indonesia, menurut (Abidin 2000) dalam Ulum (2008) *intellectual capital* masih belum dikenal secara luas. Dalam banyak kasus, sampai dengan saat ini perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung menggunakan *conventional based* dalam membangun bisnisnya, sehingga produk yang dihasilkan masih miskin kandungan teknologi. Disamping itu perusahaan-perusahaan tersebut belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Padahal semua ini merupakan elemen pembangun modal intelektual perusahaan.

Menurut Cheng *et al.* (2010), gagasan IC mempengaruhi kinerja perusahaan dan ini konsisten dengan teori pandangan berbasis sumber daya (RBT) yang menganjurkan bahwa perusahaan harus mengidentifikasi dan mengelola sumber daya mereka (berwujud atau tidak berwujud) secara efektif untuk mencapai kinerja yang lebih besar. Peranan IC bagi perusahaan sangatlah penting terlebih untuk perusahaan jasa. Mereka tidak dapat bersaing dengan baik jika hanya berfokus pada modal moneter. Menurut Khalique *et al.*, (2013), dengan memberi perhatian lebih kepada IC, maka akan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam jangka panjang. Namun kekuatan IC saja tidak cukup untuk membangun perusahaan. Menurut Abdullah & Sofian (2012), agar dapat menopang perusahaan dapat terus bertahan diperlukan modal moral atau *spiritual capital*. Di Propinsi Banten, fenomena *spiritual capital* mulai nampak pada perusahaan-perusahaan yang aktivitas sehari-harinya melakukan doa bersama sebelum bekerja.

Pentingnya *spiritual capital* ini sama halnya dengan akar pada pepohonan. Tanpa akar, sebuah pohon tidak akan dapat hidup apalagi tumbuh. *Spiritual capital* menjadi semakin penting peranannya karena upaya membangun manusia yang cerdas dengan IQ tinggi dan manusia yang pandai mengelola emosinya dalam berpengaruh dengan orang lain tidaklah menghantarkan manusia pada kebermaknaan hidup (Maslow, 1984). Terlebih budaya kerja yang ada di perusahaan propinsi Banten. Sebelum memulai aktivitas pekerjaan di pagi hari, seluruh karyawan di setiap unit melaksanakan doa bersama bahkan terdapat siraman kerohanian. Intinya, profesionalitas, intelektual tinggi dan kapabilitas serta

kompetensi memang diperlukan, tetapi jika itu semua tanpa didasari dan tidak dikendalikan oleh spiritualitas yang baik, maka kehancuranlah yang akan terjadi.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mencoba untuk meneliti kembali tentang pengaruh antara penerapan elemen *Intellectual Capital* yang terdiri dari 3 elemen (*Human Capital*, *Customer Capital* dan *Structural Capital*) dan *Spiritual Capital* terhadap *Business Performance* pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Propinsi Banten.

TINJAUAN PUSTAKA

Intellectual Capital

Pengertian *Intellectual Capital* menurut Sawarjuwono (2003) sendiri yaitu :

“*Intellectual capital* dapat didefinisikan sebagai jumlah dari apa yang dihasilkan oleh tiga elemen utama organisasi (*human capital*, *structural capital*, *costumer capital*) yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi yang dapat memberikan nilai lebih bagi perusahaan berupa keunggulan bersaing organisasi”.

Beberapa definisi *intellectual capital* yang dirangkum dan dikutip dalam Partiwi dan Arifin (2005) adalah sebagai berikut :

1. *Intellectual capital* bersifat *exclusive*, tetapi sekali ditemukan dan dieksploitasi akan memberikan organisasi basis sumber baru untuk berkompetisi dan menang (Bontis, 1996).
2. *Intellectual capital* adalah istilah yang diberikan untuk mengkombinasikan *intangible asset* dari pasar, properti intelektual, infrastruktur dan pusat manusia yang menjadikan suatu perusahaan dapat berfungsi (Brooking, 1996).
3. *Intellectual capital* adalah materi intelektual (pengetahuan, informasi, properti intelektual, pengalaman) yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. Ini adalah suatu kekuatan akal kolektif atau seperangkat pengetahuan yang berdaya guna (Stewart, 1997).
4. *Intellectual capital* adalah pemanfaatan yang efektif dari pengetahuan (produk jadi) sebagaimana berposisi terhadap informasi (bahan mentah) (Bontis, 1998).
5. *Intellectual capital* dianggap sebagai suatu elemen nilai pasar perusahaan dan juga market premium (Olve, Roy & Wenter, 1999).

Human capitals

Brinker (2000) dalam Sawarjuwono (2003) mengatakan bahwa definisi *Human capital* yaitu :

“*Human capitals* merupakan *lifeblood* dalam modal intelektual, disinilah sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. (Brinker 2000) juga memberikan beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dari modal ini, yaitu *training programs*, *credential*, *experience*, *competence*, *recruitment*, *mentoring*, *learning programs*, *individual potential and personality*”.

Human capital merupakan pengetahuan, *skill*, dan pengalaman yang dibawa pegawai ketika meninggalkan perusahaan (Starovic & Marr, 2004) yang meliputi pengetahuan individu suatu organisasi yang ada pada pegawainya (Bontis, Crossan & Hulland, 2001) yang dihasilkan melalui kompetensi, sikap dan kecerdasan intelektual (Roos, Roos, Edvinsson & Dragonetti, 1997), dalam Dwi dan Arifin (2005).

Pada industri yang berbasis pada pengetahuan, *human capital* merupakan faktor utama karena sumber daya ini merupakan cost yang dominan dalam proses produksi perusahaan, sehingga kita bisa katakan bila seluruh pegawai dalam perusahaan tersebut keluar maka perusahaan tersebut tidak lagi memiliki nilai. Sumber daya inilah yang nantinya akan mendukung terciptanya modal struktural dan modal konsumen yang merupakan inti dari modal intelektual.

Structural Capital

Sawarjuwono (2003) menyatakan bahwa :

“*Structural capital* merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufakturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal”.

Structural Capital meliputi kemampuan perusahaan untuk menjangkau pasar (Petras, 1996) dalam Widianingrum (2004) atau *hardware, software* dan lain-lain yang mendukung perusahaan (Bontis, 2000) dengan kata lain merupakan sarana dan prasarana pendukung kinerja karyawan. *Structural Capital* merupakan penghubung *human capital* menjadi *intellectual capital*. Maksudnya meskipun karyawan memiliki intelektual yang tinggi, namun apabila tidak didukung oleh sarana yang memadai untuk mengaplikasikan inovasi mereka, maka kemampuan tersebut tidak akan menghasilkan *Intellectual Capital*.

Customer Capital

Menurut Sawarjuwono (2003), elemen *Customer Capital* merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. Definisi *Customer Capital* menurut Sawarjuwono (2003) adalah :

“*Customer Capital* merupakan Pengaruh yang harmonis/*association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari Pengaruh perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut”.

Customer capital menunjukkan potensi yang dimiliki perusahaan karena *ex-firm intangible* (Bontis, 1999), dalam Dwi dan Arifin (2005). Pengertian lain dari *Customer Capital* adalah pengetahuan dari rangkaian pasar, pelanggan, supplier, Pengaruh baik antara pemerintah dan industri (Bontis, 2000) atau Pengaruh baik dengan pihak luar (Petras, 1996) dalam Widianingrum (2004). Sehingga perusahaan harus menciptakan barang dan jasa yang berbeda dan memiliki nilai lebih dimata konsumen.

Spiritual Capital

Spiritual capital didefinisikan sebagai kekayaan yang membantu mempertahankan kemanusiaan masa depan dan kekayaan yang memelihara dan mempertahankan semangat manusia (Zohar & Marshall, 2004). Menurut Abdullah & Sofian (2012), *spiritual capital* sangat penting dalam individu serta organisasi yang dapat memengaruhi cara suatu entitas atau perusahaan dikelola, memastikan operasi bisnis berjalan sesuai dengan hukum dan standar, dan jujur dalam hal keuangan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Pentingnya *spiritual capital* ini sama halnya dengan akar pada pepohonan. Tanpa akar, sebuah pohon tidak akan dapat hidup apalagi tumbuh. *Spiritual capital* menjadi semakin penting peranannya karena upaya membangun manusia yang cerdas dengan IQ tinggi dan manusia yang pandai mengelola emosinya dalam berPengaruh dengan orang lain tidaklah menghantarkan manusia pada kebermaknaan hidup (Maslow, 1984). Intinya, profesionalitas, intelektual tinggi dan kapabilitas serta kompetensi memang diperlukan, tetapi jika itu semua tanpa didasari dan tidak dikendalikan oleh spiritualitas yang baik, maka kehancuranlah yang akan terjadi.

Business Performance

Menurut Fuad (2003:1), dalam bukunya mendefinisikan bisnis sebagai berikut :

“Bisnis merupakan suatu aktivitas yang tidak terlepas dari kegiatan produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang ataupun perusahaan dengan tujuan untuk menghasilkan laba”.

Menurut Hakim (2006: 10), istilah kinerja atau *performance* seringkali dikaitkan dengan kondisi keuangan perusahaan. Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan dimanapun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya.

Fisher (1998) dalam Dwi dan Arifin (2005) juga mengatakan bahwa *Business performance* digambarkan dalam sistem kontrol formal ukuran kinerja meliputi ukuran *financial* dan *non financial*. Ukuran *financial* sebenarnya menunjukkan berbagai tindakan yang terjadi di luar bidang keuangan. Peningkatan *financial return* merupakan akibat dari berbagai kinerja operasional yang diantaranya adalah meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, meningkatnya *cost effectiveness* proses bisnis internal yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan produk dan meningkatnya produktivitas serta komitmen pegawai (Mulyadi & Setyawan, 2001), dalam Dwi dan Arifin (2005).

Pengaruh *Human Capital* terhadap *Customer Capital*

Menurut Dwi dan Arifin (2005) dalam penelitiannya membuktikan bahwa *human capital* berpengaruh positif dan signifikan dengan *customer capital*. Dengan *tacit knowledge*nya, *human capital* mampu menciptakan nilai (*value creation*) yaitu *customer capital* bagi perusahaan. Perusahaan mampu mentransformasi *tacit knowledge* ke dalam pengetahuan yang melekat pada Pengaruh-Pengaruh eksternal perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan hasil bahwa *human capital* berpengaruh positif dan signifikan dengan *customer capital*. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dwi dan Arifin (2005). *Human capital* mampu menciptakan nilai yakni *customer capital* bagi perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut hipotesisnya adalah :

H1 : *Human Capital* berpengaruh positif terhadap *Customer Capital*

Pengaruh *Human Capital* terhadap *Structural Capital*

Bontis (1998) dan Partiw (2004) dalam Dwi dan Arifin (2005) juga menemukan Pengaruh positif signifikan *human capital* dan *structural capital*. Namun, pada penelitian Bontis *et.al* (2000) Pengaruh *human capital* dan *structural capital* tergantung sektor industrinya. Pengaruh antara *human capital* dan *structural capital* pada industri jasa bersifat positif tidak signifikan, sedangkan pada industri non jasa bersifat positif signifikan. Begitu pula dengan Dwi dan Arifin (2005) yang juga membuktikan bahwa *Human capital* berpengaruh positif dan signifikan dengan *structural capital*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan hasil bahwa *human capital* berpengaruh positif dan signifikan dengan *structural capital*. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Bontis (1998) dan Partiw (2004) dalam Dwi dan Arifin (2005). Pengaruh *human capital* dan *structural capital* tergantung sektor industrinya. Pengaruh antara *human capital* dan *structural capital* pada industri jasa bersifat positif tidak signifikan, sedangkan pada industri non jasa bersifat positif signifikan. Berdasarkan penjelasan tersebut hipotesisnya adalah :

H2 : *Human Capital* berpengaruh positif terhadap *Structural Capital*

Pengaruh *Customer Capital* terhadap *Business Performance*

Perusahaan yang berinvestasi besar untuk menjadi fokus pada konsumen dan menjadi penentu pasar secara mutlak akan dapat meningkatkan atau memperbaiki *business performance*-nya.

Konsumen merupakan kunci *survive* tidaknya suatu perusahaan. Jika konsumen loyal terhadap perusahaan, maka *business performance* akan dapat terjaga. Partiwi dan Arifin (2005) dalam penelitiannya menemukan bahwa *Customer capital* berpengaruh positif dan tidak signifikan dengan *business performance*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan hasil bahwa *Customer capital* berpengaruh positif dan signifikan dengan *business performance*. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Partiwi dan Arifin (2005). Konsumen merupakan kunci *survive* tidaknya suatu perusahaan. Jika konsumen loyal terhadap perusahaan, maka *business performance* akan dapat terjaga. Berdasarkan penjelasan tersebut hipotesisnya adalah :

H3 : Customer Capital berpengaruh positif terhadap Business Performance

Pengaruh Structural Capital terhadap Business Performance

Ditinjau dari tingkat analisis organisasional, maka *structural capital* akan berpengaruh dengan *business performance*. Bontis (1998); Bontis *et.al* (2000) dan Partiwi (2004) dalam Dwi dan Arifin (2005) menemukan terdapat Pengaruh positif signifikan antara *structural capital* dan *business performance*. Kemudian Partiwi dan Arifin (2005) melakukan penelitian kembali dan menemukan bahwa *Structural capital* berpengaruh positif dan signifikan dengan *business performance*. Dengan demikian, usaha-usaha perusahaan untuk mengkodifikasi pengetahuan perusahaan dan mengembangkan *structural capital* mampu menghasilkan keunggulan bersaing yang secara relatif menghasilkan *business performance* yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan hasil bahwa *structural capital* berpengaruh positif tidak signifikan dengan *Business Performance*, yang dibuktikan dengan t-statistik kurang dari t-tabel yaitu $1.075 < 1.96$, akan tetapi *original sample estimate* tetap menunjukkan nilai positif yaitu 0.141 yang berarti berpengaruh secara positif. Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur di provinsi Banten belum mampu secara optimal untuk memperbaiki tingkat rutinitas perusahaan serta prosedur dan sistem birokrasi yang belum sepenuhnya dilakukan dengan baik sehingga secara umum hal ini dapat memperlemah *Business Performance* yang dimiliki oleh perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut hipotesisnya adalah :

H4 : Structural Capital berpengaruh positif terhadap Business Performance.

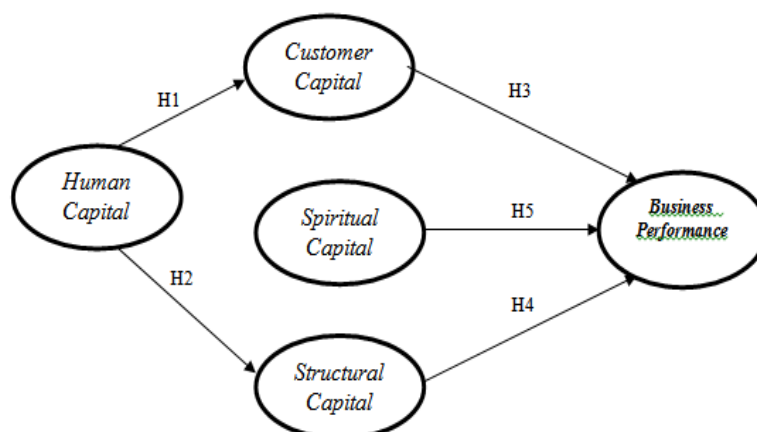
Pengaruh Spiritual Capital terhadap Business Performance

Kecerdasan spritual yang dimiliki setiap orang tidaklah sama. Hal tersebut tergantung dari masing-masing pribadi orang tersebut dalam memberikan makna pada hidupnya. Kecerdasan spritual lebih bersifat luas dan tidak terbatas pada agama saja. Perbedaan yang dimiliki masing-masing individu akan membuat hasil kerjanya pun berbeda (Idrus, 2002, p.72). Penelitian Oxford University menunjukkan bahwa spiritualitas berkembang karena manusia krisis makna, jadi kehadiran organisasi seharusnya juga memberi makna apa yang menjadi tujuan organisasinya. Makna yang muncul dalam suatu organisasi akan membuat setiap orang yang bekerja didalamnya lebih dapat mengembangkan diri mereka. Hasilnya mereka juga dapat bekerja lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa *spiritual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abdullah & Sofian (2012), dan Khalique *et al.* (2013), yang menunjukkan bahwa *spiritual capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. *Spiritual Capital* dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yang mana semakin tinggi *spiritual capital* akan secara signifikan meningkatkan kinerja perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut hipotesisnya adalah :

H5 : Spiritual Capital berpengaruh positif terhadap Business Performance.

Gambar 2.1
Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Spiritual Capital* terhadap *Business Performance*



METODELOGI PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah *Intellectual Capital* (IC) dan *Spiritual Capital* terhadap kinerja keuangan yang dinilai dari aspek *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Banten yang beralamat di Jalan Raya Jakarta Km. 4,5 Pakupatan Serang-Banten.. Penelitian ini merupakan studi empiris yang dilakukan untuk membuktikan adanya hubungan kausalitas antara *intellectual capital* dan *spiritual capital* dengan kinerja keuangan (*financial performance*). Penelitian ini merupakan pengujian hipotesis yang diajukan terkait dengan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dengan peneli`tian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2007:11).

Maksud dari penelitian deskriptif adalah untuk menguraikan situasi permasalahan dengan penjabaran secara meluas dari obyek yang diteliti dan uraian tentang hasil penelitian yang telah diambil keputusan manajerialnya. Menurut Rahayu (2005; 21) analisis ini lebih bersifat uraian atau penjelasan dengan membuat 20ndic-tabel, mengelompokkan, menganalisis data berdasarkan pada hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari tanggapan responden dengan menggunakan tabulasi data. Penelitian deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan seberapa besar Pengaruh yang terjadi antara *Intellectual Capital* beserta elemen-elemennya terhadap *Business Performance* pada perusahaan manufaktur yang berada di Provinsi Banten.

Menurut Moh Nazir (2003: 123), 20ndicato adalah konsep yang mempunyai beragam-macam nilai. Saat membuat konseptualisasi 20ndicato-variabel yang akan diteliti perlu diberi batasan-batasan dan penjelasan sebagai berikut:

Variabel Independen disebut juga variabel bebas (variabel yang mempengaruhi), yaitu *Intellectual Capital* yang terdiri dari : *Human Capital*, *Customer Capital*, *Structural Capital*

Variabel Dependen disebut juga variabel terikat (variabel yang dipengaruhi), yaitu *Business Performance*. Berikut adalah tabel Operasionalisasi Variabel :

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
<i>Human Capital</i>	<p><i>Human Capital</i> merupakan pengetahuan, <i>skill</i>, dan pengalaman yang dibawa pegawai ketika meninggalkan perusahaan yang meliputi pengetahuan individu suatu organisasi yang ada pada pegawainya.</p> <p>Sumber: Starovic & Marr, 2004</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan yang berkompeten 2. Staff perusahaan yang memiliki kualitas tinggi 3. Program pelatihan untuk karyawan 4. Pengetahuan karyawan tentang pekerjaan 5. Karyawan yang handal 6. Karyawan yang kreatif & inovatif 7. Karyawan yang bisa memberikan keterampilan teknis pada pelanggan 8. Karyawan yang cemerlang dalam ide 	Skala likert yaitu diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan lima skala likert (1 = sangat tidak baik sekali sampai dengan 5 = sangat baik sekali).	Ordinal
<i>Customer Capital</i>	<p><i>Customer Capital</i> adalah pengetahuan dari rangkaian pasar, pelanggan, supplier, hubungan baik antara pemerintah dan industri atau hubungan baik dengan pihak luar.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang unggul 2. Sistem yang memadai 3. Membina hubungan dengan pelanggan 4. Sistem jaringan yang terjangkau oleh pelanggan 5. <i>Market</i> 	Skala likert yaitu diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan lima skala likert (1 = sangat tidak baik sekali sampai dengan 5 = sangat baik)	Ordinal

INTELLECTUAL CAPITAL DAN SPIRITUAL CAPITAL TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BANTEN

	Sumber: Bontis, 2000 & Petras, 1996	<p><i>oriented</i> perusahaan</p> <p>6. Hubungan yang baik dengan pelanggan</p> <p>7. Pemasaran langsung oleh pelanggan</p> <p>8. <i>Market share</i></p>	sekali).	
<i>Structur Capital</i>	<p><i>Structural Capital</i> meliputi kemampuan perusahaan untuk menjangkau pasar atau hardware, software dan lain-lain yang mendukung perusahaan dengan kata lain merupakan sarana dan prasarana pendukung kinerja karyawan.</p> <p>Sumber: Petras, 1996 & Bontis, 2000</p>	<p>1. Tingkat efektifitas dalam transaksi dengan pelanggan</p> <p>2. Prosedur kerja perusahaan yang baik</p> <p>3. Perusahaan yang inovatif</p> <p>4. Prosedur sistem birokrasi perusahaan yang baik</p> <p>5. Tingkat kerjasama yang tinggi</p> <p>6. Loyalitas tinggi</p> <p>7. Database perusahaan</p> <p>8. Kemudahan dalam mengakses informasi</p>	Skala likert yaitu diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan lima skala likert (1 = sangat tidak baik sekali sampai dengan 5 = sangat baik sekali).	Ordinal
<i>Spiritual Capital</i>	<p><i>Spiritual capital</i> sangat penting dalam individu serta organisasi yang dapat memengaruhi cara suatu entitas atau perusahaan dikelola, memastikan operasi bisnis berjalan sesuai dengan hukum dan</p>	<p>1. Keimanan</p> <p>2. Emosi</p> <p>3. Pengetahuan Agama</p> <p>4. Nilai-nilai Etika</p>	Skala likert yaitu diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan lima skala likert (1 = sangat tidak baik sekali sampai dengan 5 = sangat baik sekali).	Ordinal

	standar, dan jujur dalam hal keuangan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan. Sumber: Abdullah dan Sofian, 2012			
<i>Business Performance</i>	Digambarkan dalam sistem kontrol formal ukuran kinerja meliputi ukuran <i>financial</i> dan <i>non financial</i> . Sumber: Fisher (1998)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan laba 2. Pertumbuhan penjualan 3. Tingkat kesuksesan dalam peluncuran produk baru 4. Keseluruhan dari pencapaian kinerja 	Skala likert yaitu diisi sampai sejauh mana responden setuju dengan lima skala likert (1 = sangat tidak baik sekali sampai dengan 5 = sangat baik sekali).	Ordinal

Sumber : Penulis (2017)

Jenis data penelitian adalah data subyek (*self-report data*) dengan respon yang diberikan tertulis dan dilaporkan sendiri oleh responden. Sumber data penelitian adalah data primer (*primary data*) yang diperoleh langsung dari sumber asli dan dengan melalui media perantara yaitu *elektronik mail*. Serta melalui data sekunder yaitu pemanfaatan data yang dikumpulkan oleh pihak lain (*library research*) yang berpengaruh dengan penelitian yang dilakukan. Sumber data diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Banten dan dari perusahaan-perusahaan manufaktur yang diteliti.

Research Procedure

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data primer yaitu kuesioner yang dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* dengan teknik pengumpulan data melalui pengiriman kuesioner melalui *contact person* dan mengirimkan *e-mail* kepada responden. Selain itu, juga untuk memperoleh data sekunder yaitu daftar perusahaan manufaktur yang terdapat di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Banten.

Penelitian ini juga dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku referensi serta jurnal-jurnal untuk mendapatkan data sekunder sebagai landasan teoritis yang sesuai dengan masalah yang diangkat.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Banten, sebagai kerangka sampling. Unit 23 ndicato penelitian adalah manajer keuangan, manajer personalia dan manajer produksi sebagai wakil perusahaan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel non probabilitas dengan pola pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Banten. Dan sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang berada di provinsi Banten dan telah memenuhi kriteria yang diajukan penulis. Adapun kriteria pengambilan sampel sebagai berikut :

Tabel 2
Rincian Pengembalian Kuisisioner

Keterangan	Total
Kuesioner yang dikirim	120
Total Kuesioner yang kembali	66
Total Kuesioner yang digunakan	66
Tingkat Pengembalian (Response Rate) (66/120 x 100 %)	55 %
Tingkat Pengembalian yang digunakan	55 %

Sumber : Penulis (2017)

Analisis indikator deskriptif yang digunakan pada penelitian ini ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai demografi responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jabatan dan masa kerja yang diungkapkan untuk memperjelas deskripsi responden. Pengolahan indikator deskriptif responden adalah dengan menggunakan *software* SPSS versi 12.0 (*Statistical Product and Service Solution*).

Uji kualitas data dilakukan meliputi uji reliabilitas dan uji validitas dengan *software Partial Least Square* (PLS). Uji reliabilitas dimaksud untuk mengukur *internal consistency* suatu kuesioner yang merupakan indikator dari indikator atau konstruk. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji *Composite Reliability* $\geq 0,70$ (Ghozali, 2006: 43).

Pengumpulan data yang dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *software Partial Least Square* (PLS). Dalam analisis dengan menggunakan PLS ada 2 hal yang dilakukan yaitu:

Menilai *Outer Model* atau *Measurement Model*. Ada tiga kriteria untuk menilai outer model yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* yang dihitung dengan PLS. ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Berikut ini rumus untuk menghitung AVE :

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \text{var}(\epsilon_i)}$$

Sumber : Ghozali, I (2006)

Dimana λ_i adalah *component loading* ke indikator dan $\text{var}(\epsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar dari nilai 0,50.

Dengan menggunakan *output* yang dihasilkan PLS maka *Composite reliability* dapat dihitung dengan rumus :

$$pc = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \text{var}(\epsilon_i)}$$

Sumber : Ghozali, I (2006)

Dimana λ_i adalah *component loading* ke indikator dan $\text{var}(\epsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$.

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat Pengaruh antara konstruk, nilai signifikansi dan *R square* dari model penelitian. Pengaruh besarnya f^2 dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$f^2 = \frac{R^2 \text{ included} - R^2 \text{ excluded}}{1 - R^2 \text{ included}}$$

Sumber : Ghozali, I (2006)

Dimana $R^2 \text{ included}$ dan $R^2 \text{ excluded}$ adalah *R-square* dari variabel laten dependen ketika *predictor variable* laten digunakan atau dikeluarkan di dalam persamaan struktural. Nilai f^2 sama dengan 0.02, 0.15, dan 0.35 dapat diinterpretasikan bahwa prediktor variabel laten memiliki pengaruh kecil, menengah, dan besar pada level struktural.

ANALISIS DATA

Demografi Responden

Tabel 3
Lokasi Perusahaan Manufaktur

No.	Lokasi Perusahaan	Jumlah
1.	Serang	18
2.	Cilegon	11
3.	Tangerang	17
Total Perusahaan		46

Sumber : Data primer diolah (2017)

Teknik penarikan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penarikan sampel yang berdasarkan pada kriteria tertentu. Setelah penulis menyebarkan kuesioner pada perusahaan manufaktur di provinsi Banten, dari 120 kuesioner yang dikirim, 66 (55%) kuesioner yang kembali ke penulis dan telah sesuai dengan kriteria. Responden yang kami analisa adalah unit keuangan, unit produksi, dan unit personalia.

Tabel 4
Persentase Jenis Usaha

Jenis Usaha	Persentase	Jumlah
Besi dan Baja	28.2 %	13
Bahan Kimia	13.04 %	6
Makanan dan Minuman	10.9 %	5
Sandal dan Sepatu	10.9 %	5
Furnitur	8.7 %	4
Elektronik	4.34 %	2
Pakaian	4.34 %	2
Keramik	4.34 %	2
Plastik	2.17 %	1
Oli	2.17 %	1
Mesin	2.17 %	1
Mobil	2.17 %	1
Perlengkapan Bayi	2.17 %	1
Kabel	2.17 %	1
Kertas	2.17 %	1

Jumlah	100 %	46
---------------	--------------	-----------

Sumber : Data primer diolah (2017)

Pengujian Kualitas Data

Uji Validitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan software PLS dengan Outer Model yaitu Convergent validity yang dilihat dengan nilai square root of average variance extracted (AVE) masing-masing konstruk dimana nilainya harus lebih besar dari 0.5

Tabel 5
Average Variance Extracted (AVE)

	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	\sqrt{AVE}	Keterangan
CC	0.515	0.717	Valid
HC	0.620	0.787	Valid
SC	0.558	0.747	Valid
BP	0.754	0.868	Valid

Sumber : *Output Smart PLS (2017)*

Tabel 5.1
Average Variance Extracted (AVE)

	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	\sqrt{AVE}	Keterangan
IC	0.745	0.863	Valid
BP	0.754	0.868	Valid

Sumber : *Output Smart PLS (2017)*

Tabel 5.2
Correlations of Latent Variables

	CC	HC	SC	BP
CC	1.000			
HC	0.618	1.000		
SC	0.622	0.779	1.000	
BP	0.669	0.486	0.503	1.000

Sumber : *Output Smart PLS (2017)*

Tabel 5.3
Correlations of Latent Variables

	IC	BP
IC	1.000	
BP	0.597	1.000

Sumber : *Output Smart PLS (2017)*

Tabel 5 dan 5.1 menjelaskan nilai dari AVE dan akar AVE dari konstruk *Human Capital, Customer Capital, Structural Capital, Intellectual Capital dan Business Performance*. Dapat dilihat bahwa setiap konstruk (variabel) tersebut memiliki nilai AVE diatas 0.5. Hal ini menunjukkan

bahwa setiap konstruk tersebut memiliki nilai validitas yang baik dari setiap indikatornya atau kuesioner yang digunakan untuk mengetahui Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Business Performance* dapat dikatakan valid. Cara lain yang dapat digunakan untuk menilai validitas suatu konstruk adalah dengan membandingkan akar dari AVE yang terdapat dalam tabel 5 dan tabel 5.1 yaitu lebih besar daripada korelasi dari variabel laten, yang terdapat dalam Tabel 5.2 dan tabel 5.3. Hasil yang didapat menyatakan bahwa akar AVE lebih besar apabila dibandingkan dengan korelasi variabel laten, hal ini dapat diartikan bahwa pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Begitu pula dengan uji reliabilitas, penulis menggunakan *software* PLS dengan *Composite Reliability*. Suatu data dikatakan reliabel jika, *composite reliability* lebih dari 0.7

Tabel 6
Composite Reliability

	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
CC	0.879	Reliabel
HC	0.907	Reliabel
SC	0.881	Reliabel
BP	0.924	Reliabel

Sumber : *Output Smart PLS (2017)*

Tabel 6.1
Composite Reliability

	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
IC	0.897	Reliabel
BP	0.924	Reliabel

Sumber : *Output Smart PLS (2017)*

Dari tabel 6 dan tabel 6.1 dapat dilihat setiap konstruk atau variabel laten tersebut memiliki nilai *composite reliability* diatas 0.7 yang menandakan bahwa *internal consistency* dari variabel dependen (*Business Performance*) dan independennya (*Intellectual Capital* yang terdiri dari *Human Capital*, *Structural Capital* dan *Customer Capital*) memiliki reliabilitas yang baik.

Pengujian Hipotesis dengan *Inner Model*

Human Capital BerPengaruh Positif Signifikan dengan Customer Capital

Berdasarkan data yang didapat dan selanjutnya diolah yang disajikan dalam tabel 7, *Human Capital* memiliki Pengaruh positif yang ditunjukkan dengan nilai *Original sample estimate* sebesar 0.618 dan signifikan yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 4.053 yaitu lebih besar daripada t-tabel (1.96) terhadap *Customer Capital*. Maka dikatakan hipotesis pertama diterima yaitu *Human Capital* memiliki Pengaruh positif signifikan dengan *Customer Capital*.

Selain itu untuk melihat seberapa besar pengaruh antara konstruk satu dengan konstruk lainnya dapat dilihat dari nilai *R-Square* yang berasal dari uji *goodness-fit model*. Uji ini merupakan pengujian terhadap model struktural (*Inner Model*). Untuk model pengaruh *Human Capital* terhadap *Customer Capital* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.381. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk *Customer Capital* yang dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk *Human Capital* sebesar 38.1 % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel yang diteliti. Hal ini dapat dilihat pada table 7.1

Tabel 7.1
Results for inner weights

Variabel	<i>original sample estimate</i>	<i>mean of subsamples</i>	<i>Standard deviation</i>	<i>t-statistic</i>	Hipotesis
HC -> CC	0.618	0.601	0.152	4.053	Diterima
HC -> SC	0.779	0.775	0.098	7.925	Diterima
CC -> BP	0.581	0.573	0.103	5.664	Diterima
SC -> BP	0.141	0.150	0.131	1.076	Ditolak

Sumber : *Output Smart PLS* (2017)

Human Capital BerPengaruh Positif Signifikan dengan Structural Capital

Berdasarkan data yang didapat dan selanjutnya diolah yang disajikan dalam tabel 7 *Human Capital* memiliki Pengaruh positif yang ditunjukkan dengan nilai *Original sample estimate* sebesar 0.779 dan signifikan yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 7.925 yang lebih besar daripada t-tabel (1.96) terhadap *Structural Capital*. Maka dapat dikatakan hipotesis kedua diterima, yaitu *Human Capital* memiliki Pengaruh positif signifikan dengan *Structural Capital*.

Selain itu, untuk melihat seberapa besar pengaruh antara konstruk satu dengan konstruk lainnya dapat dilihat dari nilai *R-Square* yang berasal dari uji *goodness-fit model* yang merupakan pengujian terhadap model struktural (*Inner Model*). Untuk model pengaruh *Human Capital* terhadap *Structural Capital* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.607. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk *Structural Capital* yang dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk *Human Capital* sebesar 60.7 % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar dari yang diteliti. Hal ini dapat dilihat pada tabel 7.1.

Customer Capital BerPengaruh Positif Signifikan dengan Business Performance

Berdasarkan data yang didapat dan kemudian diolah yang disajikan dalam tabel 7 *Customer Capital* memiliki Pengaruh positif yang ditunjukkan dengan nilai *Original sample estimate* sebesar 0.581 dan signifikan yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 5.664 yang lebih besar daripada t-tabel (1.96) terhadap *Business Performance*. Maka dapat dikatakan hipotesis ketiga diterima yaitu *Customer Capital* memiliki Pengaruh positif signifikan dengan *Business Performance*.

Selain itu untuk melihat seberapa besar pengaruh antara konstruk satu dengan konstruk lainnya dapat dilihat dari nilai *R-Square* yang berasal dari uji *goodness-fit model* yang merupakan pengujian terhadap model struktural (*Inner Model*). Untuk model pengaruh *Customer Capital* terhadap *Business Performance* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.460. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk *Customer Capital* yang dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk *Business Performance* sebesar 46 % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Hal ini dapat dilihat pada tabel 7.1.

Structural Capital BerPengaruh Positif Signifikan dengan Business Performance

Berdasarkan data yang didapat dan kemudian diolah yang disajikan dalam tabel 7 *Structural Capital* memiliki Pengaruh positif yang ditunjukkan dengan nilai *Original sample estimate* sebesar 0.141 dan tidak signifikan yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 1.076 yaitu kurang dari t-tabel (1.96) terhadap *Business Performance*. Maka dikatakan hipotesis keempat ditolak yaitu *Structural Capital* memiliki Pengaruh positif tidak signifikan dengan *Business Performance*.

Selain itu untuk melihat seberapa besar pengaruh antara konstruk satu dengan konstruk lainnya dapat dilihat dari nilai *R-Square* yang berasal dari uji *goodness-fit model* yang merupakan pengujian terhadap model struktural (*Inner Model*). Untuk model pengaruh *Structural Capital* terhadap *Business Performance* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.460. Hal ini dapat diinterpretasikan

bahwa variabilitas konstruk *Structural Capital* yang dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk *Business Performance* sebesar 46 % dan sisanya dijelaskan variabel lain diluar yang diteliti. Hal ini dapat dilihat pada tabel 7.1.

Intellectual Capital BerPengaruh Positif Signifikan dengan Business Performance

Berdasarkan data yang didapat dan kemudian diolah penulis yang disajikan dalam tabel 8, *Intellectual Capital* secara keseluruhan memiliki Pengaruh positif yang ditunjukkan dengan nilai *Original sample estimate* sebesar 0.597 dan signifikan yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 5.436 yaitu lebih dari t-tabel (1.96) terhadap *Business Performance*. Maka dikatakan hipotesis kelima diterima yaitu *Intellectual Capital* memiliki Pengaruh positif signifikan dengan *Business Performance*.

Selain itu untuk melihat seberapa besar pengaruh antara konstruk satu dengan konstruk lainnya dapat dilihat dari nilai *R-Square* yang berasal dari uji *goodness-fit model* yang merupakan pengujian terhadap model struktural (*Inner Model*). Untuk model pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Business Performance* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.357. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk *Intellectual Capital* yang dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk *Business Performance* sebesar 35.7 % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Hal ini dapat dilihat pada tabel 8.1.

Tabel 8
Results for inner weight

Variabel	<i>original sample estimate</i>	<i>mean of subsamples</i>	<i>Standard deviation</i>	<i>T-Statistic</i>	Hipotesis
IC -> BP	0.597	0.611	0.110	5.436	Diterima

Sumber : *Output Smart PLS (2017)*

Tabel 8.1
R-Square

	<i>R-square</i>
IC	
BP	0.357

Sumber : *Output Smart PLS (2017)*

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Human Capital berpengaruh positif signifikan dengan *Customer Capital*, yang dibuktikan dengan t-statistik lebih besar dari pada t-tabel yaitu $4.053 > 1.96$ dan *original sample estimate* menunjukkan nilai 0.618 yang berarti berPengaruh secara positif. Hal ini disebabkan manajer-manajer perusahaan yang meliputi manajer keuangan, manajer personalia dan manajer pemasaran selalu berupaya untuk memikirkan dengan memaksimalkan *image* produknya kepada pelanggan sehingga loyalitas pelanggan menjadi tinggi dan *market share* maupun *market oriented* perusahaan menjadi meningkat. Hal tersebut didukung pula oleh para manajer perusahaan manufaktur di provinsi Banten dengan selalu berusaha meningkatkan kecerdasan dan kompetensi para pegawainya melalui training pendidikan pelatihan dan sistem perekrutan pegawai yang komprehensif, sehingga didapatkan pegawai yang memiliki kecerdasan dan kreatifitas serta pengalaman kerja yang memuaskan bagi perusahaan.

Human Capital berpengaruh positif signifikan dengan *Structural Capital*, yang dibuktikan dengan t-statistik lebih besar dari pada t-tabel yaitu $7.925 > 1.96$ dan *original sample estimate* menunjukkan nilai 0.779 yang berarti berPengaruh secara positif. Hal ini juga menandakan bahwa perusahaan manufaktur di Provinsi Banten memiliki sistem manajerial yang baik. Dengan kemudahan mengakses informasi yang dibutuhkan, budaya dan suasana kerja yang mendukung, pengelolaan *database* yang baik, pelaksanaan *job description* yang jelas maka mengakibatkan perusahaan dapat melakukan efisiensi dan mendukung terciptanya inovasi serta implementasi yang baik dari para

pegawainya. Yang juga didukung dengan para karyawan yang cerdas dan kreatif serta kompeten dibidang masing-masing, sehingga pekerjaan yang dilakukan akan mendapatkan hasil yang baik, dan karyawan merasa aman serta nyaman dalam bekerja.

Customer Capital memiliki Pengaruh positif signifikan dengan *Business Performance*, yang dibuktikan dengan t-statistik lebih besar dari pada t-tabel yaitu $5.664 > 1.96$ dan *original sample estimate* menunjukkan nilai 0.581 yang berarti berpengaruh secara positif. Hal ini menandakan perusahaan telah melakukan pengelolaan *customer capital* yang baik seperti memahami target pasar, profil dan keinginan pelanggan, membina Pengaruh baik dengan pelanggan maupun *supplier*. Melalui hal tersebut, maka perusahaan dapat terus meningkatkan *market oriented* dan *market share* nya serta *image* produk perusahaan menjadi baik sehingga loyalitas pelanggan juga akan terus meningkat. Dan hal ini dapat mempengaruhi tingkat keuntungan dalam hal pertumbuhan laba dan penjualan yang dapat dilihat dengan kesuksesan dalam peluncuran produk baru dan keseluruhan pencapaian kinerja perusahaan manufaktur yang merupakan indikator dari *Business Performance*.

Structural Capital berpengaruh positif tidak signifikan dengan *Business Performance*, yang dibuktikan dengan t-statistik kurang dari t-tabel yaitu $1.075 < 1.96$, akan tetapi *original sample estimate* tetap menunjukkan nilai positif yaitu 0.141 yang berarti berpengaruh secara positif. Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur di provinsi Banten belum mampu secara optimal untuk memperbaiki tingkat rutinitas perusahaan serta prosedur dan sistem birokrasi yang belum sepenuhnya dilakukan dengan baik sehingga secara umum hal ini dapat memperlemah *Business Performance* yang dimiliki oleh perusahaan.

Intellectual Capital berpengaruh positif signifikan dengan *Business Performance*, yang dibuktikan dengan t-statistik lebih besar dari pada t-tabel yaitu $5.436 > 1.96$ dan *original sample estimate* menunjukkan nilai 0.597 yang berarti berpengaruh secara positif. Hal ini disebabkan karena secara umum perusahaan manufaktur di provinsi Banten telah menerapkan *Intellectual Capital* pada kegiatan operasional mereka dengan baik yang terdiri dari *Human Capital*, *Customer Capital* dan *Structural Capital*. Dengan penerapan *intellectual capital* ini maka akan mempengaruhi tingkat *Business Performance* atau pencapaian kinerja perusahaan yang lebih baik. Dan secara tidak langsung akan mendatangkan keuntungan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang bagi perusahaan manufaktur di provinsi Banten pada khususnya.

Adapun saran yang dapat penulis berikan diantaranya yaitu bagi perusahaan, perusahaan pada umumnya dan perusahaan manufaktur pada khususnya diharapkan dapat lebih menerapkan *Intellectual Capital* yang terdiri dari *Human Capital*, *Structural Capital* dan *Customer Capital* secara lebih baik lagi. Karena terbukti dari pembahasan sebelumnya, dengan menerapkan *Intellectual Capital* mempunyai pengaruh terhadap peningkatan *Business Performance* perusahaan, hal ini dikarenakan antara *Intellectual Capital* dan *Business Performance* memiliki Pengaruh yang positif. Sedangkan Bagi Penelitian selanjutnya, dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas model dan ruang lingkup yang digunakan dengan sampel yang lebih banyak lagi. Sehingga didapatkan hasil yang lebih baik dan dapat membuktikan penerapan *Intellectual Capital* disegala jenis usaha dan industri dalam Pengaruhnya terhadap *Business Performance* ataupun terhadap variabel dependen lainnya.

Daftar Pustaka

- Baridwan, Zaki. "Intermediate Accounting". Edisi 8. BPFE. Yogyakarta : Yogyakarta. 2004.
- Bontis, Nick. et. al. "Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries". *Journal Of Intellectual Capital*. Vol.1 No.1. Pp 85-100. 2000.
- Cahyono, Dwi. dan kawan-kawan. "Pengaruh Moderasi Sistem Pengendalian Manajemen dan Inovasi terhadap Kinerja". *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar. Pp 1-23. 2007.
- Dwi Astuti, Partiwati dan Arifin Sabeni. "Pengaruh Intellectual Capital dan Bussines Performance Dengan Diamond Specification : Sebuah Perspektif Akuntansi". *SNA VIII Solo*. Pp 694-707. 2005.
- Fuad, M. dan kawan-kawan. "Pengantar Bisnis". PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta. 2003.
- Ghozali, Imam. "Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)". Edisi 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. 2006.

- Hakim, Rahman. “ *Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Metode EVA, ROA, dan Pengaruhnya terhadap Return Saham pada Perusahaan yang Tergabung dalam Indeks LQ 45 di Bursa Efek Jakarta*”. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia :Yogyakarta. 2006.
- Hong, Pew Tan., David Plowman dan Phil Hancock. “Intellectual Capital and Financial Returns of Companies.” *Journal of Intellectual Capital*. Vol 8, No. 1, 76-95. 2007.
- Ikatan Akuntan Indonesia. “*Standar Akuntansi Keuangan Per 1 September 2007*”. Salemba Empat : Jakarta. 2007.
- Kuryanto, Benny dan M. Syarifudin. “ Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan”. *Simposium Nasional XI*. Pp 1-22. 2008. Pontianak.
- Lisvery, Saoria dan Irma Y. Ginting. “ *Aktiva Tidak Bewujud*”. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol 1, Pp 1-15. 2004.
- M. Banegil P, Tomas’s and Ramo’n Sanguino G. “ Intangible measurement guidelines : a comparative study in Europe”. *Journal Intellectual Capital (JIC)*. Pp 192-204. 2007.
- Nazir, Moh. “*Metode Penelitian*”. Ghalia Indonesia : Jakarta. 2003.
- Rahayu, Sri. “*SPSS Versi 12.00 dalam Riset Pemasaran*”. ALFABETA : Bandung. 2005.
- Rupidara, Neil Samuel. “Modal Intelektual dan Strategi Pengembangan Organisasi dan Sumber Daya Manusia”. *Paper. Universitas Kristen Satya Wacana*. Pp 1-17. 2008.
- Sawarjuwono, Tjiptohadi dan Agustine Prihatin Kadir. “ Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran dan Pelaporan (Sebuah Library Research)”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol 5, No 1, Mei, Pp 35 – 57. 2003.
- Sugiyono. “ *Metode Penelitian Bisnis* “. Alfabeta : Bandung. 2004.
- S.R., Soemarso. “ *Akuntansi Suatu Pengantar*”. Edisi 5. Salemba Empat : Jakarta. 2005.
- Ulum, Ihyaul., Imam Ghozali dan Anis Chariri. “ Intellectual Capital dan Kinerja Keuangan Perusahaan; Suatu Analisis dengan Pendekatan Partial Least Square”. *Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak*. Pp. 1-32. 2008.
- Widyaningrum, Ambar. “*Modal Intelektual*”. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia. Vol 1, pp 16-25. 2004.