

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP *MARKET VALUE* PADA  
PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BEI  
TAHUN 2006-2011**

**Doni Diwaf PSP  
Yulia Efni  
Errin Yani Wijaya**

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau

Email: [diwaf\\_doni13@yahoo.co.id](mailto:diwaf_doni13@yahoo.co.id)

**ABSTRACT**

*This study examined the effect of Intellectual Capital (IC) on financial performance. the variable is the Human Capital Efficiency (HCE), Structural Capital Efficiency (SCE) and Customer Capital Efficiency (CCE) to variable Market to Book Value (MB).*

*The population on this research is the entire of telecommunications sector companies that have go public and listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period of 2006-2011. The sampling technique used was a saturated sampling (census) population in which all members of the research sample. Obtained a total sample of 5 companies. The analysis technique used is multiple regression analysis with the least squares equation, hypothesis testing using the t-statistic and f-statistic with a significance level of 5%, and also performed classical assumption.*

*The results showed that the variables of intellectual capital (human capital, structural capital and customer capital) significantly jointly (simultaneously) to the market value. While partially indicates that the variable Human Capital Efficiency (HCE) and no significant negative effect on Market Value (MB).*

*Keywords: intellectual capital, human capital, structural capital, customer capital, market value.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini menguji pengaruh Intellectual Capital (IC) terhadap kinerja keuangan. Variabel yang digunakan adalah Human Capital Efficiency (HCE), Structural Capital Efficiency (SCE) dan Costumer Capital Efficiency (CCE) terhadap variabel Market to Book Value (MB).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor telekomunikasi yang telah go public dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode krisis global 2006-2011. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh (sensus) dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel

penelitian. Diperoleh jumlah sampel sebanyak 5 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil, uji hipotesis menggunakan t-statistik dan f-statistik dengan level of significance 5%, serta juga dilakukan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel intellectual capital (human capital, structural capital dan customer capital) berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap market value. Sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa variabel Human Capital Efficiency (HCE) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Market Value (MB).

**Kata Kunci :** intellectual capital, human capital, structural capital, customer capital, market value.

## PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis yang semakin ketat ini, harus merubah sistem manajemen perusahaan-perusahaan di Indonesia yang berdasarkan pada modal konvensional kearah sistem manajemen yang berdasarkan pada modal teknologi dan pengetahuan. Modal-modal yang berdasarkan teknologi dan pengetahuan ini menjadi hal yang utama dalam menciptakan daya saing perusahaan. Perkembangan teknologi dan informasi, merubah cara perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, agar dapat terus bertahan. Perusahaan harus berubah dari bisnis yang berdasarkan pada tenaga kerja, menjadi bisnis dengan karakteristik utama kepada ilmu pengetahuan.

Telekomunikasi sebagai wahana bagi pertukaran informasi akan semakin memperhatikan aspek kualitas jasa. Selain itu, perkembangan di bidang dunia informasi saat ini begitu cepat, baik dilihat dari isi maupun teknologi yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Kemajuan teknologi saat ini tidak lagi memisahkan antara teknologi informasi dan komunikasi. Dalam kurun waktu 2000 - 2007 industri telekomunikasi bergerak cepat. Ibarat *jet coaster*, pertumbuhan industri telekomunikasi melesat dan menjadi salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi sektor telekomunikasi terhadap produk domestik bruto menunjukkan *trend* yang terus meningkat.

Dalam hubungannya dengan penilaian kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi, tingkat pertumbuhan (*growth*) perusahaan tersebut bagi para pemegang saham sangat berguna untuk mengetahui kondisi sebenarnya suatu perusahaan, agar modal yang digandeng cukup aman dan mendapatkan tingkat hasil pengembalian yang menguntungkan dari investasi yang ditanamkan. Bagi pihak manajemen perusahaan, penilaian kinerja ini akan sangat mempengaruhi dalam penyusunan rencana usaha perusahaan yang akan diambil untuk masa yang akan datang demi kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Farah (2006), persaingan yang sangat ketat saat ini perusahaan harus meningkatkan tidak semata-mata dari sebatas dari produk unggulan yang telah diciptakan, tetapi juga dari kinerja keuangan untuk meningkatkan *market value*-nya di mata investor untuk meningkatkan *shareholder's equity*.

Pulic (2002) menyatakan bahwa aset yang tidak berwujud merupakan hal yang nyata yang mempengaruhi nilai perusahaan. Aset yang tidak nyata atau tidak berwujud ini disebut dengan *intellectual capital*. Keberadaan aset yang tidak berwujud (*intellectual capital*) adalah salah satu yang akan menentukan kemampuan perusahaan dalam menambah nilai perusahaan (*value added*) untuk meningkatkan *market value*-nya. Aset yang tidak berwujud (*intellectual capital*) ini terdiri dari komponen-komponen modal manusia (*human capital*), modal organisasi (*structural capital*), maupun modal pelanggan (*customer capital*).

Abidin (2000) 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*. Perusahaan yang mempunyai kinerja *intellectual capital* yang baik cenderung akan mengungkapkan *intellectual capital* yang dimiliki oleh perusahaan dengan lebih baik. Semakin tinggi kinerja *intellectual capital* perusahaan, maka semakin baik tingkat pengungkapannya, karena pengungkapan mengenai *intellectual capital* dapat meningkatkan kepercayaan para *stakeholders* terhadap perusahaan. Dengan pemanfaatan dan pengelolaan *intellectual capital* yang baik, maka kinerja perusahaan juga semakin meningkat. Ukuran kinerja perusahaan dalam penelitian ini diproksikan oleh *Market to Book Value* (MB).

Penelitian Firer dan William (2003) menggunakan kinerja perusahaan, yaitu profitabilitas yang digambarkan dengan *Return on Asset* (ROA), produktifitas digambarkan dengan rasio penjualan dibagi total aset, dan nilai pasar digambarkan dengan MB. Hasilnya menyatakan bahwa tidak ada pengaruh positif antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan. Sedangkan penelitian Chen *et al* (2005) menggunakan variabel MB dan kinerja keuangan perusahaan diproksikan oleh *Return on Equity* (ROE), ROA, pertumbuhan pendapatan (GR) dan produktivitas karyawan (EP). Sampel yang digunakan adalah 4.254 perusahaan publik di Taiwan Stock Exchange. Chen *et al* (2005) berhasil membuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai pasar dan kinerja perusahaan. Sedangkan Tan *et al* (2007) berhasil membuktikan bahwa *intellectual capital* berhubungan

secara positif terhadap kinerja keuangan perusahaan maupun kinerja keuangan perusahaan di masa datang.

Ulum (2008) menguji pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan 130 perusahaan perbankan dengan metode *Partial Least Square* (PLS), kinerja keuangan perusahaan di masa depan, dan juga menguji pengaruh rata-rata pertumbuhan *intellectual capital* (ROGIG) terhadap kinerja keuangan perusahaan di masa depan. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan maupun kinerja keuangan perusahaan di masa datang, namun rata-rata pertumbuhan *intellectual capital* (ROGIG) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan di masa datang.

Pemilihan model *Value Added Intellectual Capital* (VAIC) sebagai proksi untuk *intellectual capital* mengacu pada penelitian Firer dan William (2003), Chen *et al* (2005), dan Ulum (2008). Indikator dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan MB. Oleh karena itu perusahaan telekomunikasi sudah harus siap dalam menerapkan penghitungan kinerja keuangannya yang berbasis berdasarkan ilmu pengetahuan dan teknologi, untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat tinggi dan juga kemajuan-kemajuan teknologi. Dimana perusahaan telekomunikasi tidak hanya mengikuti perkembangan teknologi dari segi produksi jasa yang dihasilkannya, tetapi juga dari penilaian kinerja keuangannya, salah satunya adalah dengan *intelektual Capital*. Berdasarkan ulasan diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruhnya *Intelektual Capital* (IC) terhadap *Market Value* (MB) pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2011.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Intellectual Capital* (human capital, structural capital dan customer capital) secara simultan terhadap *Market Value* dan untuk mengetahui pengaruh *Intellectual Capital* (human capital, structural capital dan customer capital) secara parsial terhadap *Market Value*.

### **Pengertian *Intellectual Capital***

*Intellectual capital* merupakan sumber daya berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan yang akhirnya mendatangkan *future economic benefit* pada perusahaan tersebut. Jadi inti dari keberadaan *intellectual capital* adalah pengetahuan itu sendiri yang didukung proses informasi untuk menjalin hubungan dengan pihak luar.

Brooking (1996) mengelompokkan *intellectual capital* sebagai berikut:

1. *Market assets* atau *costumer assets*; *brand*, konsumen, loyalitas konsumen, jaringan distribusi, pemasok dan lain-lain.
2. *Human-centered assets*: keterampilan dan keahlian, kemampuan menyelesaikan masalah, gaya kepemimpinan, dan segala sesuatu yang berkaitan dengan karyawan.
3. *Intellectual property assets*: kecakapan teknik, merek dagang, paten dan hal-hal yang tidak berwujud lainnya yang berhubungan dengan hak cipta.
4. *Infrastructure assets*: seluruh hal yang berkaitan dengan teknologi, proses dan metodologi yang memungkinkan sebuah perusahaan berfungsi.

#### **Pengertian *Human Capital Efficiency* (HCE)**

*Human capital* (modal manusia) mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki orang-orang dalam perusahaan tersebut. *Human capital* menjadi sangat penting karena merupakan aset perusahaan dan sumber inovasi serta pembaharuan. Karyawan dengan *human capital* yang tinggi akan lebih memungkinkan untuk memberikan layanan yang berkualitas sehingga dapat mempertahankan maupun menarik pelanggan baru.

#### **Pengertian *Structural Capital Efficiency* (SCE)**

*Structural Capital Efficiency* (SCE) adalah jumlah *structural capital* yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari *Value Added* (VA) dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan *structural capital* dalam penciptaan nilai (Ulum, 2008). *Structural capital* (modal organisasi) 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 manufacturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan (Sawarjuwono, 2003).

#### **Pengertian *Costumer Capital Efficiency* (CCE)**

*Costumer capital* merupakan hubungan 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 hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

#### **Pengertian *Market to Book Value* (MB)**

*Market value* menunjukkan nilai sebuah perusahaan yang didapat dengan membandingkan nilai pasar perusahaan (*market value*) dengan nilai bukunya (*book value*). Nilai pasar mencerminkan persepsi pasar yang berasal dari investor, kreditor, maupun *stakeholder* lain terhadap kondisi perusahaan, sedangkan nilai buku adalah nilai yang tercantum dalam neraca laporan keuangan. Variabel MB digunakan untuk mengukur seberapa jauh kesenjangan atau selisih yang terjadi antara keduanya, apabila selisihnya cukup signifikan hal ini menandakan adanya aset tersembunyi yang tidak tercantum dalam neraca laporan keuangan.

### **Hubungan *Intellectual Capital* dengan Kinerja Keuangan**

Jika *intellectual capital* merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, maka *intellectual capital* akan memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan (Harrison dan Sullivan, 2000). Apabila *intellectual capital* meningkat, maka kinerja keuangan akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya. Menurut pandangan *knowledge-based theory* yaitu apabila perusahaan dapat memanfaatkan *intellectual capital* untuk meningkatkan kinerja perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat. Dengan nilai usaha yang tinggi membuat para investor melirik perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan, diolah dan disajikan oleh pihak lain yakni perusahaan yang termasuk dalam sektor telekomunikasi yang telah melakukan emisi dan terdaftar sebagai emiten di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2006 – 2011.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode :

1. Studi dokumenter, yaitu dengan cara pengumpulan data-data yang berhubungan dengan *intellectual capital* (*human capital, structural capital, costumer capital*) dan *market value*.
2. Studi pustaka, yaitu dengan cara mempelajari dan memperdalam literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan telekomunikasi yang *listing* di Bursa Efek Indonesia selama periode 2006 – 2011. Semua populasi tersebut menjadi sampel di dalam penelitian ini.

## **Metode Analisis**

### **1. Statistik Deskriptif**

Dalam penelitian ini variabel yang digambarkan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness* (kemencengan distribusi)nya adalah *market value* (MB), *Value Added Human Capital* (VAHU), *Structural Capital Value Added* (STVA) dan *Value Added Capital Employed* (VACA).

### **2. Pengujian Asumsi Klasik Regresi**

Model regresi yang diperoleh dari metode *Ordinary Least Squares* (OLS) merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator* / BLUE) (Ghozali, 2007). Kondisi akan terjadi bila memenuhi beberapa asumsi klasik seperti tidak ada autokorelasi, normalitas, tidak ada multikolinearitas yang sempurna antar variabel bebas dan heterokedastisitas.

#### **a. Uji Normalitas (*Normality Test*)**

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah sebaran data yang ada terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisis grafik histogram dan normal *plot*, apakah data berdistribusi normal atau tidak yakni menggunakan uji statistik *skewness* dan *kurtosis*.

#### **b. Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Cara yang digunakan untuk mendiagnosis adanya autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Watson (*DW test*).

#### **c. Uji Multikolinearitas (*Multicollinearity Test*)**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (nilai korelasi tidak sama dengan nol). Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1 / tolerance$ ) dan

menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Terjadi multikolinearitas jika nilai VIF  $> 10$  (Ghozali, 2007).

#### **d. Uji Heteroskedastisitas (*Heteroskedasticity Test*)**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas terjadi apabila variabel gangguan tidak mempunyai varians yang sama untuk semua observasi. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

### **3. Pengujian Hipotesis**

#### **a. Analisis Regresi**

Penggunaan data sekunder yang bersifat kuantitatif dalam penelitian ini mengarahkan pada metode kuantitatif dengan menggunakan alat analisis regresi berganda karena terdapat lebih dari satu variabel independen. Teknik estimasi variabel dependen yang melandasi analisis regresi tersebut ialah *Ordinary Least Squares* (OLS) atau kuadrat terkecil biasa.

#### **b. Menguji Goodness of Fit Model**

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan *goodness of fit*nya. Secara statistik, dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik F, dan koefisien determinasinya.

##### **1) Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependennya, sedangkan sisanya ( $1-R^2$ ) variansi variabel dependennya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1.

##### **2) Pengujian Signifikansi Parameter secara Simultan (Uji statistik F)**

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dari suatu persamaan regresi dengan menggunakan hipotesis statistik.

##### **3) Pengujian Signifikansi Parameter secara Parsial (Uji statistik t)**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan uji dua arah dengan hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Data Deskriptif

#### a. Value Added (VA)

*Intellectual capital* diukur dengan VAIC, yang dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan VA, yang juga merupakan selisih antara input dan output.

Tabel Perhitungan Value Added (VA)

Nama perusahaan	Value Added						rata-rata
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
PT. Bakrie Telecom Tbk	197,406	463,356	550,845	657,126	450,327	-605,907	285,526
PT. Excelcomindo Pratama Tbk	1,864,082	1,294,142	1,769,600	4,414,953	5,799,879	5,818,635	3,493,549
PT. Mobile - 8 Telecom Tbk	237,424	390,730	1,705,766	-124,841	-725,030	-2,159,665	-112,603
PT. Indosat Tbk	3,549,491	4,728,397	4,397,434	3,766,021	2,850,859	3,323,237	3,769,240
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	27,995,434	30,566,085	24,854,596	28,432,084	28,127,707	31,060,000	28,505,984

Sumber: data olahan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. memiliki kemampuan yang tertinggi dalam menciptakan pertambahan nilai dengan rata-rata 28,505,984 juta rupiah. Perolehan tertingginya dicapai pada tahun 2011 senilai 31,060,000 juta rupiah, dan terendah pada tahun 2008 senilai 24,854,596 juta rupiah. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. menunjukkan keberhasilan dalam menjalankan bisnisnya. Sedangkan angka terendah dimiliki PT. Mobile-8 Telecom Tbk. yaitu dengan rata-rata -112,603 juta rupiah, dimana nilai tertinggi diraih pada tahun 2008 senilai 1,705,766 juta rupiah dan terendah pada tahun 2011 yang mengalami kerugian sebesar -2,159,665 juta rupiah. Perusahaan ini menunjukkan kegagalan dalam menjalankan bisnisnya secara baik.

#### b. Value Added Human Capital (VAHU)

Tabel Perhitungan Value Added Human Capital (VAHU)

Nama perusahaan	Human Capital Coefficient						rata-rata
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
PT. Bakrie Telecom Tbk	2.62	3.01	2.29	2.26	1.40	-1.62	1.66
PT. Excelcomindo Pratama Tbk	3.77	2.25	2.45	5.68	6.41	4.85	4.24
PT. Mobile - 8 Telecom Tbk	2.96	2.97	10.66	-0.92	-5.15	-6.38	0.69
PT. Indosat Tbk	2.63	2.96	2.68	2.59	2.02	1.76	2.44
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	3.29	3.60	3.39	3.33	3.09	3.63	3.39

Sumber: data olahan

VAHU merupakan akumulasi nilai-nilai investasi dalam pelatihan karyawan dan kompetensi sumber daya manusia. Berdasarkan tabel diatas rata-rata VAHU yang tertinggi dimiliki oleh PT. Excelcomindo Pratama Tbk. sebesar 4.24, hal ini menunjukkan setiap Rp 1 investasi yang dilakukan oleh PT. Excelcomindo Pratama Tbk. untuk pelatihan karyawan dan kompetensi sumber daya manusia menciptakan VA sebesar 4.24 kali. Sedangkan rata-rata terendah dimiliki oleh PT. Mobile-8 Telecom Tbk. sebesar 0.69 yang menunjukkan setiap Rp 1 investasi yang dilakukan PT. Mobile-8 Telecom Tbk. mengalami penurunan terhadap VA sebesar 0.69 kali.

**c. Structural Capital Value Added (STVA)**

Tabel Perhitungan *Structural Capital Value Added (STVA)*

Nama perusahaan	<i>Structural Capital Coefficient</i>						rata-rata
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
PT. Bakrie Telecom Tbk	0.62	0.67	0.56	0.56	0.29	1.62	0.72
PT. Excelcomindo Pratama Tbk	0.73	0.56	0.59	0.82	0.84	0.79	0.72
PT. Mobile - 8 Telecom Tbk	0.66	0.66	0.91	2.08	1.19	1.16	1.11
PT. Indosat Tbk	0.62	0.66	0.63	0.61	0.50	0.43	0.58
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	0.70	0.72	0.71	0.70	0.68	0.72	0.70

Sumber: data olahan

STVA adalah yang menunjukkan kontribusi modal struktural (SC) dalam penciptaan nilai. Berdasarkan tabel diatas rata-rata STVA yang tertinggi dimiliki oleh PT. Mobile-8 Telecom Tbk. sebesar 1.11, hal ini menunjukkan bahwa jumlah SC yang dibutuhkan oleh PT. Mobile-8 Telecom Tbk. untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA sebesar 1.11 kali. Sedangkan rata-rata terendah dimiliki oleh PT. Indosat Tbk. sebesar 0.58.

**d. Value Added Capital Employed (VACA)**

Tabel Perhitungan *Value Added Capital Employed (VACA)*

Nama perusahaan	<i>Costumer Capital Coefficient</i>						rata-rata
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
PT. Bakrie Telecom Tbk	0.09	0.10	0.06	0.06	0.04	-0.05	0.05
PT. Excelcomindo Pratama Tbk	0.15	0.07	0.06	0.16	0.21	0.19	0.14
PT. Mobile - 8 Telecom Tbk	0.08	0.09	0.36	-0.03	-0.16	-0.18	0.03
PT. Indosat Tbk	0.10	0.10	0.09	0.07	0.05	0.06	0.08
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	0.37	0.37	0.27	0.29	0.28	0.30	0.32

Sumber: data olahan

VACA merupakan indikator bahwa VA diciptakan oleh satu unit modal fisik. Berdasarkan tabel diatas terlihat rata-rata VACA yang tertinggi dimiliki oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. yaitu sebesar 0.32 yang menunjukkan bahwa satu modal fisik yang dimiliki oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. mampu menghasilkan VA sebesar

0.32 kali. Sedangkan nilai rata-rata VACA dimiliki oleh PT. Mobile - 8 Telecom Tbk. sebesar 0.03.

**e. Market to Book Value (MB)**

Tabel Perhitungan *Market to Book Value* (MB)

Nama perusahaan	<i>Market to book Value</i>						rata-rata
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
PT. Bakrie Telecom Tbk	3.08	4.25	0.29	0.83	1.29	1.59	1.89
PT. Excelcomindo Pratama Tbk	3.85	3.45	1.56	1.87	3.85	2.96	2.92
PT. Mobile - 8 Telecom Tbk	3.94	2.93	1.39	2.08	1.64	1.44	2.24
PT. Indosat Tbk	2.41	2.84	1.79	1.43	1.64	1.59	1.95
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	7.25	6.06	4.35	4.89	3.61	2.44	4.77
rata-rata	4.11	3.91	1.88	2.22	2.41	2.00	

Sumber: data olahan

Perusahaan yang baik umumnya rasio MB diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar daripada nilai bukunya. Periode 2006 merupakan periode dengan nilai rata-rata MB paling tinggi sebesar 4.11 dan periode 2008 dengan nilai rata-rata MB paling rendah yang mengalami penurunan dari periode 2007 sebesar 44.67% menjadi 1.88. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk memiliki rata-rata MB tertinggi sebesar 4.77 dimana angka ini menunjukan investor sanggup membayar 4.77 kali dari nilai bukunya. Biasanya investor tertarik untuk mendapatkan keuntungan dalam jangka pendek. Sedangkan angka terendah dimiliki oleh PT. Bakrie Telecom Tbk yaitu sebesar 1.89.

**2. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

Untuk menentukan data berdistribusi normal dengan uji statistik, salah satunya dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Skewness* dan *Kurtosis*. Uji *Skewness* dan *Kurtosis* ini menggunakan data *unstandardized residual* penelitian. Apabila nilai *Zskewness* dan *Zkurtosis*-nya antara -2 sampai +2 maka data berdistribusi normal.

Tabel Uji Normalitas

**Descriptive Statistics**

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Predicted Value	30	1.530	.427	1.024	.833
Valid N (listwise)	30				

Berdasarkan hasil perhitungan *Zskewness* pada tabel diatas diperoleh nilai *Zskewness* sebesar 2.42 dan *Zkurtosis* bernilai 1.14. Hasil *Zskewness* dan *Zkurtosis* menunjukkan bahwa

data ini belum terdistribusi normal dan belum dapat dipergunakan untuk penelitian ini. Data tidak berdistribusi normal karena tidak berada diantara -2 sampai +2. Oleh karena itu dilakukan pembuangan terhadap data yang outlier. Setelah dilakukan pembuangan data yang outlier jumlah sampel penelitian menjadi 26 atau dengan kata lain 4 data yang outlier. Hasil uji statistik *Skewness* dan *Kurtosis* data yang sudah dilakukan uji outlier adalah sebagai berikut:

Tabel Uji Normalitas Setelah Uji Data Outlier

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Predicted Value	26	.948	.456	.160	.887
Valid N (listwise)	26				

Berdasarkan hasil perhitungan *Zskewness* pada tabel diatas diperoleh nilai *Zskewness* sebesar 1.97 dan *Zkurtosis* bernilai 0.16. Hasil *Zskewness* dan *Zkurtosis* menunjukkan bahwa data ini telah terdistribusi normal dan dapat dipergunakan untuk penelitian ini. Data berdistribusi normal karena berada diantara -2 sampai +2.

**b. Uji Autokorelasi**

Tabel Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.712 <sup>a</sup>	.506	.439	1.03414	1.139

Pada tabel di atas dapat dilihat hasil uji Durbin-Watson (*DW test*) adalah sebesar 1.139. Dengan variabel dependen ( $k$ ) = 3 dan jumlah sampel ( $n$ ) = 26, maka nilai dari  $dU = 1.65$  dan  $dL = 1.14$ . Dikarenakan nilai Durbin Watson berada antara daerah  $du$  dan  $4 - dU$  (2.35), maka menunjukkan bahwa tidak adanya autokorelasi.

**c. Uji Multikolinearitas**

Tabel Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Hce	.396	2.523
	See	.806	1.240
	Cce	.459	2.180

Coefficients<sup>a</sup>

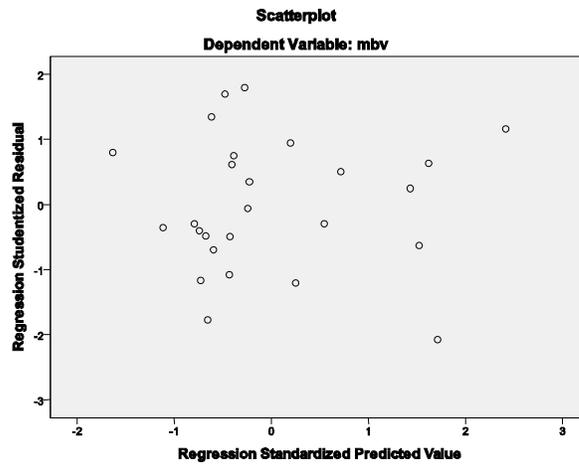
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Hce	.396	2.523
	Sce	.806	1.240
	Cce	.459	2.180

a. Dependent Variable: mbv

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF variabel < 10 yang menandakan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas dalam model penelitian ini.

#### d. Uji Heterokedastisitas

Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).



Dari grafik titik-titik tersebar di sekitar nol pada sumbu vertikal dan tidak membentuk pola tertentu atau terlihat acak, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas atau bersifat homogen.

### 3. Hasil Analisis

#### a. Analisis Regresi

Tabel Uji Hipotesis

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.109	.831		1.335	.196
	hce	-.085	.153	-.132	-.555	.584
	sce	.938	.936	.167	1.002	.327
	cce	9.664	2.637	.811	3.665	.001

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.109	.831		1.335	.196
	hce	-.085	.153	-.132	-.555	.584
	sce	.938	.936	.167	1.002	.327
	cce	9.664	2.637	.811	3.665	.001

a. Dependent Variable: mbv

Berdasarkan hasil analisis regresi seperti tertera pada ringkasan Tabel di atas diperoleh persamaan model regresi yaitu:

$$Y = 1.109 - 0.085X_1 + 0.938X_2 + 9.664X_3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda tersebut diatas maka dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1.109 menyatakan bahwa jika variabel bebas dianggap konstan maka *market value* sebesar 1.109
2. Koefisien regresi *human capital* sebesar  $-0.085$  menyatakan bahwa setiap penambahan *human capital* sebesar 1% maka akan menurunkan *market value* sebesar  $-0.085\%$
3. Koefisien regresi *structural capital* sebesar 0.938 menyatakan bahwa setiap penambahan *structural capital* sebesar 1% maka akan meningkatkan *market value* sebesar 0.938%
4. Koefisien regresi *costumer capital* sebesar 9.664 menyatakan bahwa setiap penambahan *costumer capital* sebesar 1% maka akan meningkatkan *market value* sebesar 9.664%.

#### b. Koefisien Determinasi

Tabel Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 <sup>a</sup>	.506	.439	1.03414

a. Predictors: (Constant), cce, sce, hce

b. Dependent Variable: mbv

Berdasarkan

hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS pada tabel diketahui bahwa nilai R yang merupakan koefisien korelasi yakni sebesar 0.712, yang menunjukkan bahwa hubungan

antara variabel *human capital*, *structural capital* dan *costumer capital* dengan *market value* kuat. Kemudian variabel *human capital*, *structural capital* dan *costumer capital* dapat menerangkan *market value* selama periode 2006-2011 sebesar 0.506 atau 50.6% yang dilihat dari nilai *R square*, sedangkan sisanya sebesar 49.4% diterangkan faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Hipotesis Secara Simultan

Tabel Uji Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.124	3	8.041	7.519	.001 <sup>a</sup>
	Residual	23.528	22	1.069		
	Total	47.652	25			

a. Predictors: (Constant), cce, sce, hce

b. Dependent Variable: mbv

Diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 7.519 dengan nilai signifikansi 0.001 serta nilai  $F_{tabel}(\alpha; db1, db2)$  yakni sebesar 3.05 dengan  $df1 = 3$  dan  $df2 = 22$ . Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dimana ( $7.519 > 3.05$ ) dan dengan signifikansi  $0.001 < 0.05$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, yang berarti ada pengaruh yang signifikan dari *intellectual capital* (*human capital*, *structural capital* dan *costumer capital*) secara simultan terhadap *market value* selama periode 2006-2011.

##### b. Uji Hipotesis Secara Parsial

Tabel Uji Parsial (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.109	.831		1.335	.196
	Hce	-.085	.153	-.132	-.555	.584
	Sce	.938	.936	.167	1.002	.327
	Cce	9.664	2.637	.811	3.665	.001

##### 1) Pengaruh *Human Capital* terhadap *Market Value*

Diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar -0.555 dengan nilai signifikansi 0.584 serta  $t_{tabel}(\alpha; n - p)$  ( $0.05; 22$ ) sebesar 1.171. Karena nilai  $t_{hitung} (-0.555) < t_{tabel} (1.171)$ , dengan signifikansi 0.584

$> 0.05$  dapat disimpulkan  $H_0$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *human capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *market value* selama periode 2006-2011.

### **2) Pengaruh *Structural Capital* terhadap *Market Value***

Diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1.002 dengan nilai signifikansi 0.327 serta  $t_{tabel} \alpha ; n - p (0.05; 22)$  sebesar 1.171. Karena nilai  $t_{hitung} (1.002) < t_{tabel} (1.171)$ , dengan signifikansi  $0.327 > 0.05$  dapat disimpulkan  $H_0$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *structural capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *market value* selama periode 2006-2011.

### **3) Pengaruh *Costumer Capital* terhadap *Market Value***

Diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3.665 dengan nilai signifikansi 0.001 serta  $t_{tabel} \alpha ; n - p (0.05; 22)$  sebesar 1.171. Karena nilai  $t_{hitung} (3.665) > t_{tabel} (1.171)$ , dengan signifikansi  $0.001 < 0.05$  dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *costumer capital* berpengaruh secara signifikan terhadap *market value* selama periode 2006-2011.

## **5. Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Market Value***

### **a. Pembahasan Pengaruh *Intellectual Capital* (*human capital*, *structural capital* dan *costumer capital*) terhadap *Market Value* secara Simultan**

Melalui hasil pengujian secara bersamaan atau simultan menunjukkan bahwa *intellectual capital* (*human capital*, *structural capital* dan *costumer capital*) berpengaruh secara bersama-sama terhadap *market value* pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen et.al (2005) yang mengatakan bahwa *intellectual capital* (*human capital*, *structural capital* dan *costumer capital*) berpengaruh terhadap nilai pasar dan kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa bagi perusahaan-perusahaan telekomunikasi harus mempertimbangkan *intellectual capital* sebagai cara yang efektif dan efisien dalam peningkatan kinerja perusahaannya.

### **b. Pembahasan Pengaruh *Intellectual Capital* (*human capital*, *structural capital* dan *costumer capital*) terhadap *Market Value* secara Parsial**

#### **1) *Human Capital* terhadap *Market Value***

Melalui uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel *human capital* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *market Value*. Hal ini sesuai dengan penelitian Saryati (2011) yang menunjukkan bahwa HC berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada kinerja perusahaan perbankan pada tahun 2007-2009. Hal ini terjadi juga pada penelitian terhadap perusahaan telekomunikasi dimana perusahaan tersebut

tidak dapat memaksimalkan kemampuan yang dimiliki sebagai nilai tambah perusahaan.

### **2) *Structural Capital terhadap Market Value***

Melalui uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel *structural capital* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *market value*. Hal ini sesuai dengan penelitian Yusup dan Sawitri (2009) yang menunjukkan bahwa SC tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada tahun 2004-2006 pada kinerja perusahaan yang terdaftar di BEI. Pada penelitian ini, kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan kurang efisien dan belum optimal dalam menghasilkan kinerja intelektual serta kinerja bisnis secara keseluruhan.

### **3) *Costumer Capital terhadap Market Value***

Melalui uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel *costumer capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market value*. Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kirmizi Ritonga dan Jessica Andriyanie (2011), yang menunjukkan terdapatnya pengaruh yang signifikan antara *costumer capital* terhadap kinerja perusahaan. Hal ini memberikan pertimbangan yang lebih terhadap *costumer capital* sebagai acuan untuk terus menjaga hubungan yang harmonis atau *association network* dengan para mitra dan pelangganya oleh perusahaan telekomunikasi untuk meningkatkan kinerja perusahaannya, dalam penelitian ini yang diproksikan dengan *market value*.

## **KESIMPULAN**

1. Variabel *intellectual capital (human capital, structural capital dan costumer capital)* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *market value* selama periode 2006-2011.
2. Variabel *human capital* dan *structural capital* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *market value* perusahaan selama periode 2006-2011. Sedangkan variabel *costumer capital* berpengaruh signifikan terhadap *market value* selama periode 2006-2011.

## **DAFTAR PUSTAKA**

**Abidin. (2000).** *Pelaporan MI: Upaya Mengembangkan Ukuran-ukuran Baru*. Media Akuntansi, Edisi 7, Thn. VIII, pp. 46-47

- Arikunto, S. (2006).** *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Basuki, & Mutiara, S. (2009).** *Intellectual capital and its impact on financial Profitability and investors' capital gain on shares*. Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura Vol 15, No. 1, April 2012, pages 101 – 116. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Bontis, N., Keow, W.C.C., & Richardson, S. (2000).** *Intellectual capital and business performance in Malaysian industries*. Journal of Intellectual Capital Vol. 1 No. 1. pp. 85-100
- Brooking, A. (1996).** *IC: Core Assets for Third Millennium Enterprise*. London-England: Thomson Business Press.
- Chen, M.C., S.J. Cheng, Y., & Hwang. (2005).** *An Empirical Investigation of the Relationship between Intellectual Capital and Firms' Market Value and Financial Performance*. Journal of Intellectual Capital. Vol. 6 No. 2. pp. 159-176
- Dewi, C. P., (2011).** *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2007-2009*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas diponegoro Semarang .
- Firer, S., & Williams, S.M. (2003).** *Intellectual capital and traditional measures of corporate performance*. Journal of Intellectual Capital Vol. 4 No. 3. pp. 348-360
- Ghozali, I. (2007).** *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. (2006).** *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Harrison, S., & Sullivan, P.H. (2000).** *Profiting from intellectual capital; Learning from leading companies*. Journal of Intellectual Capital Vol. 1 No. 1. pp. 33-46.
- Hartono, B. (2001).** *Intellectual Capital: Sebuah Tantangan Akuntansi Masa Depan*. Media Akuntansi, Edisi 2, Thn VIII, hal 65-72
- Husnan, Suad, & Eni, P. (2004).** *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Kamath, G.B. (2007).** *The intellectual capital performance of Indian banking sector*. Journal of Intellectual Capital Vol. 8 No. 1. pp. 96-123.
- Keown, A.J., David F.S., Jhon, O.M., & Jay William Paty., (2010).** *Dasar Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Indeks
- Kuryanto, Benny, & Syafruddin, M. (2008).** *Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan*. In: Simposium Nasional Akuntansi 11 (SNA 11), 23 – 24 Juli 2008, Universitas Tanjung Pura Pontianak
- Maegareta, Farah, & Arief, R. (2006).** *Pengaruh intellectual capital terhadap market value dan financial performance perusahaan dengan metode value added intellectual*

*capital coefficient*. Jurnal bisnis dan akuntansi vol. 8 no. 2 agustus : 217. Universitas trisakti

- Munawir. (2002).** *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty.
- Murti, A. C. (2010).** *Analisis Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Pulic, A. (2002).** *Measuring the performance of intellectual potential in knowledge economy*. available at: [www.vaic-on.net](http://www.vaic-on.net).
- Purnomosidhi, B. (2006).** *Praktik Pengungkapan Modal Intelektual pada Perusahaan Publik di BEJ*. Malang: Univeritas Brawijaya Malang.
- Ritongga, Kirmizi, & Jessica, A. (2011).** *Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Pekbis Jurnal, Vol.3, No.2, Juli 2011: 467-481. Fakultas Ekonomi Universitas Riau – Pekanbaru
- Rupert, B. (1998).** *The Measurement of Intellectual Capital*. Management Accounting. (Nov), Vol. 76, page 26-28
- Saryati, E. (2011).** *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Tahun 2007-2009*. Surakarta: STIE AUB.
- Stewart, T.A. (1997).** *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. New York: Doubleday.
- Sugeng, I. (2000).** *Mengukur dan Mengelola Intellectual Capital*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Vol 15, No.2, 247-256.
- Suwarjono, Tjiptohadi, & Agustine, P.K. (2003).** *Intellectual capital: perlakuan, penukaran dan pelaporan (sebuah library research)*. Jurnal akuntansi & keuangan Vol. 5, No.1 ,35-57. Universitas Kristen petra.
- Tan, H.P., Plowman, & Hancock. (2007).** *Intellectual Capital and Financial Returns of Companies*. Journal of Intellectual Capital. Vol. 8 No. 1. pp. 76-95
- Ulum, I. (2008).** *Intellectual Capital Performance Sektor Perbankan di Indonesia*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 10, No. 2, November, halaman 77-84.