

EKONOMI

LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN HIBAH BERSAING



REFLEKSI INTELEKTUAL KAPITAL DAN IMPLEMENTASINYA  
PADA PERUSAHAAN TERBUKA (*GO PUBLIC*) DI INDONESIA  
(TAHUN KEDUA)

Ketua Peneliti  
Prof. Dr. Muslich Anshori, SE., MSc., Ak

DIBIYAI OLEH DIREKTORAT JENDRAL PENDIDIKAN TINGGI DEPARTEMEN PENDIDIKAN  
NASIONAL

Sesuai Dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Pekerjaan Penelitian dan Pengabdian  
Kepada Masyarakat

Nomor: 016/SP2H/PP/DP2M/III/2008 Tanggal 29 Maret 2008

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
TAHUN 2008

## LAPORAN AKHIR PENELITIAN HIBAH BERSAING



**REFLEKSI INTELEKTUAL KAPITAL DAN IMPLEMENTASINYA  
PADA PERUSAHAAN TERBUKA (GO PUBLIC) DI INDONESIA  
(TAHUN KEDUA)**

**Ketua Peneliti  
Prof. Dr.Muslich Anshori, SE., MSc., Ak**

**DIBIYAI OLEH DIREKTORAT JENDRAL PENDIDIKAN TINGGI DEPARTEMEN PENDIDIKAN  
NASIONAL**

**Sesuai Dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Pekerjaan Penelitian dan Pengabdian  
Kepada Masyarakat**

**Nomor: 016/SP2H/PP/DP2M/III/2008 Tanggal 29 Maret 2008**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
TAHUN 2008**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**1. Judul Penelitian** : **Refleksi Intelektual Kapital Dan Implementasinya Pada Perusahaan Terbuka (Go Public) Di Indonesia**

**2. Ketua Penelitian**

- a. Nama Lengkap : Dr.H.Muslich Anshori, SE.,M.Sc.,Ak.
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki
- c. NIP : 131 570 339
- d. Bidang Keahlian : Akuntansi Manaj, Manaj Strategik
- e. Fakultas/Jurusan : Ekonomi – Akuntansi
- f. Perguruan Tinggi Universitas Airlangga

**3. Tim Peneliti**

NO.	NAMA	BIDANG KEAHLIAN	FAKULTAS/JURUSAN	PERGURUAN TINGGI
1.	Dr.Bambang Tjahjadi, MBA.,MPM,SE.,Ak	1. Manajemen Strategik, 2. Akuntansi Manajemen	Ekonomi, Akuntansi	Universitas Airlangga

**4. Pendanaan dan jangka waktu penelitian**

- a. Jangka waktu penelitian yang diusulkan : 2 (dua) tahun
- b. Biaya total yang diusulkan : Rp. 60.000.000
- c. Biaya yang disetujui tahun kedua : Rp. 30.000.000

Surabaya, 30 November 2008  
Ketua Peneliti,

Mengetahui  
Dekan / Pusat Penelitian

Drs. Ec.H. Karjadi Mintoem, M.

NIP. 130 517 150



Dr. H.Muslich Anshori, SE., M.Sc., Ak.

NIP. 131 570 339

*(Handwritten signature of Dr. H.Muslich Anshori)*

Mengetahui  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat



Prof. Dr. Bambang Sektiari Lukiswanto, DEA.,drh

NIP. 131837004

*(Handwritten signature of Prof. Dr. Bambang Sektiari Lukiswanto)*

## RINGKASAN

Mencermati hasil penelitian yang pertama, penelitian ini merupakan penelitian lanjutan atau penelitian tahun kedua, dengan judul yang sama. Penelitian ini lebih ditekankan pada pendekatan kualitatif. Tujuan yang ingin dicapai adalah memperoleh pemahaman tentang intelektual kapital oleh para manajer perusahaan yang go publik di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian ini berusaha menjawab permasalahan:

1. Bagaimana pemahaman intelektual kapital oleh manajer/ akuntan/ auditor internal pada perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana keterkaitan antara hasil penelitian tahun pertama dengan hasil penelitian tahun kedua?

Rancangan penelitian pada tahun pertama menggunakan pendekatan *quantitative research*. Sedang pada tahun kedua menggunakan metode deep interview untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang implementasi dan faktor penghambatnya dalam implementasi di perusahaan.

Kesimpulan penelitian pada tahun kedua ini, dengan partisipan 3 (tiga) orang:

1. Pemahaman intelektual kapital oleh para manajer/ akuntan/ auditor internal pada perusahaan *go public* di Bursa Efek Indonesia ternyata menunjukkan hasil sebagai berikut:
  - a. Ketiga partisipan mengaku pernah mendengar istilah intelektual kapital, meskipun mereka memiliki pengertian yang berbeda-beda, pada umumnya mereka memahami sebagai kemampuan intelektual, bukan yang terkait dengan aset perusahaan.
  - b. Para partisipan menilai bahwa komponen yang paling dalam menjalankan bisnis adalah uang, sedangkan manusia menjadi faktor yang kedua. Pelatihan bagi karyawan sangat penting terutama untuk meningkatkan produktifitas mereka.
  - c. Pada umumnya perusahaan telah menganggarkan secara khusus untuk pelatihan.
  - d. Perusahaan telah menganggarkan asuransi untuk karyawan sesuai dengan peraturan pemerintah. Bentuk *reward* finansial yang diberikan kepada para manajer, dalam bentuk bonus dan komisi.
  - e. Untuk *reward* non-finansial berupa mobil dan asuransi kesehatan. Hanya satu partisipan yang menjawab selain keda imbalan di atas masih memperoleh rumah dinas dan iuran klub olah raga.
  - f. Ketiga menganggap bahwa pelanggan adalah aset yang sangat penting bagi perusahaan. perusahaan telah memiliki *costumer service*, *hotline* untuk pelanggan dengan nomor bebas pulsa dan siap melayani selama 24 jam sehari.
2. Keterkaitan antara hasil penelitian tahun pertama dan tahun kedua bisa dilihat dari hasil implementasi intelektual kapital pada perusahaan yang go publik, hanya sekitar 25% perusahaan yang telah mengimplementasi intelektual kapital. Angka ini relatif rendah. Hal ini terbukti dari tingkat *responrate* untuk email yang nihil. Bukti lainnya adalah bahwa istilah intelektual kapital

merupakan hal yang baru bagi manajer. Pada umumnya, uang lebih penting dibandingkan dengan manusia dalam bisnis. Begitu juga dalam hal penghargaan, perusahaan lebih sering memberikan dalam bentuk uang. Jadi yang lebih rendah terhadap intelektual kapital menyebabkan perusahaan tidak mampu mengimplementasikan dalam bisnisnya.

## SUMMARY

Observing by the first researched results, this study represents further research or research in the second year, with the same title. This research is more emphasis on qualitative approaches. The aim is to gain an understanding of intellectual capital by managers in go public companies on the Indonesian Stock Exchange (BEI).

This research tries to answer the problem:

1. How does an understanding of intellectual capital by a manager / accountant / internal auditor at a company that went public on the Indonesian Stock Exchange?
2. How the links between research results in the first with the second year?

Study design in the first year of research using quantitative approaches. Meanwhile in the second year using the method of interview to dig deep the meaning of the implementation and the factors impeding the implementation of the company.

Conclusion on this second researched, with 3 (three) partisipans:

1. Intellectual capital by the manager / accountant / internal auditor on the company go public in Indonesia Stock Exchange turned out to show the following results:
  - a. Third of participants claimed to have heard the term intellectual capital, even though they have a different understanding, they are generally understood as intellectual ability, not related to the company's assets.
  - b. The participants considered that the component most in running a business is money, while the humans become a factor in the second. Training for employees is very important especially to improve their productivity.
  - c. In general, companies have been budgeted specifically for training.
  - d. Insurance companies have been budgeted for the employees in accordance with government regulations. Form of financial rewards given to the managers, in the form of bonuses and commissions.
  - e. For non-financial rewards such as cars and health insurance. Only one participant who answered the arrival of rewards other than the above still obtain housing and sports club dues.
  - f. All three assumed that the customer is a very important asset for the company. the company has costumer service, hotline for customers with toll-free number and ready to serve during the 24 hours a day.
2. The linkage between research results in the first year and second year can be seen from the results of the implement intellectual capital in companies that go public, only about 25% of companies that have implemented the intellectual capital. This figure is relatively low. This is evident from the level of the nil responrate for email. Other evidence is that the term intellectual capital is a new thing for the manage r. In general, money is more important than human in the business. So also in terms of awards, the company is more often

provided in the form of money. So ang lower on the intellectual capital causing the company can not implement in the business.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobilalamin, puji syukur kehadiran Allah Subhanahuwataala yang telah melimpahkan segala Rahmat dan KaruniaNya hingga penelitian ini dapat diselesaikan. Penelitian ini bermaksud untuk memberi gambaran seutuhnya terhadap implementasi intelektual di Bursa Efek Jakarta. Seluruh pendanaan murni dari DIKTI. Oleh karenanya patut berterima kasih padanya.

Penelitian ini terangkai dalam 6 bab, dan saling terkait. Untuk memahami secara cepat, kiranya ringkasan yang diberikan pada halaman awal pasti dapat bermanfaat. Walaupun telah diusahakan untuk menyelesaikan penulisan penelitian ini dengan sebaik-baiknya, peneliti yakin bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan penelitian ini. Analisis yang kurang mendalam, keterbatasan teoritis, adanya data-data yang belum lengkap dalam penelitian ini kiranya merupakan hal yang menyebabkan penulisan penelitian ini jauh dari sempurna. Namun demikian, peneliti berharap dapat memberikan manfaat. Amin



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	.i
RINGKASAN DAN SUMMARY	.ii
PRAKATA	.vi
DAFTAR ISI	.vii
DAFTAR TABEL	.x
DAFTAR GAMBAR	.xii
DAFTAR LAMPIRAN	.xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Organisasi Laporan Penelitian	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Hasil Penelitian Sebelumnya	8
2.2. Modal Intelektual	9
2.2.1. Definisi dan Elemen Modal Intelektual	9
a. <i>Human Capital</i>	12
b. <i>Structural atau Organizational Capital</i>	13
c. <i>Customer Capital (Relational Capital)</i>	14

2.2.2.	Pengukuran dan Pengungkapan Modal Intelektual	14
2.3.	Aset Perusahaan	19
2.3.1.	<i>Resource-Based Perspective</i>	19
2.3.2	Aset Tak Berwujud sebagai Aset Strategis	20
2.4	Pengaruh Modal Fisik terhadap Kinerja Perusahaan	20
2.5	Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan	21
<b>BAB 3</b>	<b>TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN</b>	
3.1.	Tujuan Penelitian	24
3.2.	Manfaat Penelitian	25
<b>BAB 4</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
4.1.	Rancangan dan Pendekatan Penelitian	26
a.	Rancangan Penelitian	26
b.	Pendekatan Penelitian	26
4.2.	Data yang dibutuhkan	27
4.3.	Langkah Penelitian Pada Tahun Kedua	28
4.4.	Rancangan Pedoman Wawancara	29
a.	Pokok-Pokok dalam Wawancara	30
b.	Email yang dikirimkan	30

**BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1. Perusahaan yang <i>Go public</i> di Bursa Efek Indonesia (BEI)	31
5.2. Kondisi Data Perusahaan yang <i>Go public</i> di Bursa Efek Indonesia (BEI)	35
5.2.1. Perusahaan yang <i>Go public</i> di Bursa Efek Indonesia (BEI) Setelah Tahun 2003	36
5.2.2. Proporsi Perusahaan yang Memiliki Laporan Keuangan yang Lengkap (L) dan Tidak Lengkap (TL)	36
5.3. Hasil Penelitian Tahun Pertama yang Relevan dengan Penelitian Tahun Kedua.	
5.3.1. Pemetaan ( <i>mapping</i> ) Implementasi Hasil Pengukuran Pengaruh Intelektual Kapital pada Kinerja Perusahaan Terbuka	38
5.3.2. Hasil Hipotesis yang Gagal untuk Diolah	40
5.3.3. Hasil Hipotesis yang Tidak Signifikan	42
5.3.4. Hasil Hipotesis yang Signifikan	46
5.4. Analisis Hasil Penelitian dari Upaya yang Dilakukan di Lapangan	
5.4.1. Analisis Hasil Email Pertama	48
5.4.2. Analisis Hasil Email Kedua dan Ketiga	49
5.4.3. Analisis Hasil dari Penelusuran Melalui Alumni	50
5.4.4. Analisis Hasil Wawancara dengan Para Partisipan	51
5.5. Pembahasan Hasil Wawancara dengan Para Partisipan	56

<b>BAB 6</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	6.1. Kesimpulan Tahun Pertama	64
	6.2. Kesimpulan Tahun Kedua	67
	6.3. Saran	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		70
<b>LAMPIRAN</b>		73

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 5.1. Perusahaan yang <i>Go public</i> di Bursa Efek Indonesia Berdasarkan Kelompok Industri	32
Tabel 5.2. Perusahaan yang <i>Go public</i> di Bursa Efek Indonesia (BEI) Setelah Tahun 2003	37
Tabel 5.3. Proporsi Perusahaan yang Memiliki Laporan Keuangan yang Lengkap (L) dan Tidak Lengkap (TL)	39
Tabel 5.4 Hasil <i>Print-out</i> Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Kinerja pada Perusahaan yang <i>Go Public</i> di BEI Berdasarkan Kelompok Industri yang Tidak Signifikan	42
Tabel 5.5 Hasil <i>Print-out</i> Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Kinerja pada Perusahaan yang <i>Go Public</i> di BEI Berdasarkan Kelompok Industri yang Signifikan	46
Tabel 5.6 Gradasi Besarnya Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Kinerja pada Perusahaan yang <i>Go Public</i> di BEI Berdasarkan Kelompok Industri	47
Tabel 5.7 Kronologis Pengiriman Email	49
Tabel 5.8 Data Deskriptif Partisipan	54
Tabel 5.9 Hasil Implementasi Intelektual Kapital Berdasarkan Hipotesis Penelitian Pada Tahun Pertama	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 5.1. Proporsi Berdasarkan Kelompok Industri Perusahaan yang Go Public di Bursa Efek Indonesia	33
Gambar 5.2. Proporsi Berdasarkan Sub-kelompok Industri Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Indonesia	34
Gambar 5.3. Proporsi Berdasarkan Sub-kelompok Industri <i>Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance &amp; Real Estate</i> yang Go public di Bursa Efek Indonesia	35
Gambar 5.4. Proporsi Perusahaan yang Memiliki Laporan Keuangan yang Lengkap (L) dan Tidak Lengkap (TL)	36
Gambar 5.5. Proporsi Hasil Penelitian yang Signifikan (S), Tidak Signifikan (TS) dan Gagal Diolah (G) Berdasarkan Kelompok Industri Perusahaan yang Go public di Bursa Efek Indonesia	41
Gambar 5.6. Proporsi Hasil Penelitian yang Signifikan (S), Tidak Signifikan (TS) Berdasarkan Jumlah Perusahaan Per-Kelompok Industri	44
Gambar 5.7. Proporsi Alamat Email Perusahaan yang Go Public di BEI	48

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman	
Lampiran 1	Form kesediaan sebagai partisipan	63
Lampiran 2	Form kuesioner awal	75
Lampiran 3	Sekilas tentang intelektual kapital	84
Lampiran 4	Daftar Perusahaan yang <i>Go Public</i> di BEI	96
Lampiran 5	Daftar Nama Perusahaan yang <i>Go Public</i> di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan Data Laporan Keuangan yang Tidak Lengkap	107
Lampiran 6	Daftar Alamat Email Perusahaan yang <i>Go Public</i> di BEI	109
Lampiran 7	Ringkasan Hasil <i>Print out</i> Pengolahan SPSS	122
Lampiran 8a	Transkrip Wawancara	127
Lampiran 8b	Rangkuman Transkrip Wawancara	131



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Mencermati hasil sinopsis penelitian lanjutan yang ditulis pada tahun pertama, sesungguhnya penelitian ini merupakan penelitian lanjutan, atau penelitian tahun kedua. Pada penelitian ini lebih ditekankan pada pendekatan kualitatif. Tujuan yang ingin dicapai adalah memperoleh pemahaman tentang intelektual kapital oleh para manajer perusahaan yang go publik di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pemahaman intelektual kapital ini dipicu oleh dua pandangan yang saling berlawanan. Pada awalnya, dalam pandangan konvensional, ekonomi hanya memanfaatkan modal fisik dan modal manusia sebagai sumber daya utama (*key resources*) bagi perusahaan untuk memfasilitasi produktivitas dan aktivitas ekonomi (Nahapiet dan Ghosal, 1998). Liberalisme ekonomi melahirkan era perdagangan bebas dan memicu fenomena baru dalam struktur ekonomi global. Perdagangan bebas akan menciptakan arus lalu lintas barang, jasa, modal, maupun tenaga kerja dari suatu negara ke negara lain tanpa adanya batasan dan rintangan. Seiring berjalannya konfigurasi jaringan ekonomi global, telah terjadi pergeseran paradigma dalam dimensi kehidupan manusia yaitu, dari paradigma lama yang menitikberatkan kekayaan fisik (*physical capital*) menjadi paradigma baru yang memfokuskan pada nilai aset intelektual (*intellectual assets*) (Brennan, Niamh. 2001). Oleh karena itu,

peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan syarat mutlak untuk dapat bertahan dan eksis di ajang persaingan. Versi inilah yang dicoba terus digali dalam penelitian ini.

Untuk memenangkan persaingan di pasar global, perusahaan harus mengubah orientasinya pada modal intelektual. Negara-negara yang memiliki sumber daya manusia berkualitas memiliki peluang lebih besar untuk menguasai pasar global, sebaliknya negara yang miskin pengetahuan dan teknologi informasi hanya akan menjadi penggembira karena produk dan komoditasnya tidak mempunyai daya saing di pasaran (Romli, 2002). Pengelolaan ekonomi baru harus lebih mengedepankan faktor-faktor *intangible*, seperti adanya dukungan karyawan yang semakin ahli, sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi dan pengetahuan, struktur dan infrastruktur perusahaan yang semakin baik, dan loyalitas pelanggannya. Nilai-nilai ini akan memberikan keuntungan di masa yang akan datang bagi perusahaan (Saputro, 2001).

Seperti halnya informasi yang menggantikan modal kerja, demikian pula halnya dengan modal intelektual yang menggantikan modal berbentuk fisik. Perusahaan berbasis pengetahuan tidak berpikir memiliki modal fisik. Sebenarnya, lebih sedikit modal fisik lebih baik. Selama perusahaan memiliki modal intelektual, perusahaan tersebut menghasilkan pendapatannya tanpa beban dan biaya untuk mengatur dan membeli aset fisik (Stewart, 2002:30-32). Pernyataan Stewart ini kurang tepat karena modal intelektual tetap tidak dapat menggantikan modal fisik.

modal fisik tetap diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan aktivitas operasional. Dengan adanya modal intelektual, perusahaan dapat mengurangi biaya perawatan aset fisik karena perusahaan menggunakan cara kerja yang berbeda dari sistem tradisional. Efisiensi dan efektivitas penggunaan alat-alat produksi akan mendapat perhatian lebih dengan memperhatikan modal struktural perusahaan.

Apabila dilihat dari struktur keuangan perusahaan, perusahaan berbasis intelektual akan sangat berbeda dengan perusahaan yang berbasis aset fisik. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan IBM dan Microsoft. Walaupun penjualan IBM lebih besar, Microsoft merupakan perusahaan dengan nilai yang lebih tinggi. Sejak bulan November 1996, total kapitalisasi pasar yang dimiliki IBM adalah \$70,7 miliar, sedangkan Microsoft berjumlah \$85,5 miliar. Aset yang mendasari modal tersebut sama sekali berbeda. Pada awal tahun 1996, nilai bersih aktiva IBM sebesar \$16,6 miliar sedangkan nilai bersih aktiva Microsoft sebesar \$930 juta (Stewart, 2002: 31).

Ketika nilai pasar saham perusahaan mencapai tiga, empat, atau sepuluh kali harga buku aset mereka, sebenarnya, ini mewakili suatu kesimpulan yang sederhana, tapi mengandung kebenaran. Modal fisik dari perusahaan berbasis pengetahuan memiliki kontribusi yang lebih kecil pada produk atau layanan akhir perusahaan daripada aset yang tidak terlihat—bakat orang-orangnya, keefektifan sistem manajemennya, hubungan pada pelanggannya—semua itu adalah modal intelektual. Dapat dilihat bahwa modal intelektual jadi sangat penting sehingga wajarlah untuk

mengatakan bahwa sebuah organisasi yang tidak memanajemeni pengetahuan adalah tidak memperhatikan bisnisnya (Walker, 2001; Stewart,2002:55-56)

Modal intelektual untuk setiap organisasi memiliki keunikan yang berbeda-beda tergantung pada *core business* dan *core competency*. Berdasarkan hasil penelitian, setiap perusahaan akan menghasilkan kualitas modal intelektual yang berbeda. (Pulic, 1999). Sebagai contohnya Nike dan McKinsey. Nike merupakan perusahaan pembuat sepatu, tetapi ia tidak membuat sepatu sebagai pekerjaan utamanya. Nike justru melakukan penelitian dan pengembangan khususnya dibidang desain, pemasaran, dan distribusi. Semua aktivitas yang dilakukan tersebut berdasarkan pengetahuan (penelitian) namun tetap memiliki omset penjualan lebih kurang \$331,000 untuk masing-masing pekerjaannya. Sedangkan McKinsey adalah perusahaan konsultan industri yang tidak menggunakan metode pemasaran tradisional seperti menjual jasa pada klien yang datang untuk membeli pengetahuan analitis yang tersedia. McKinsey secara umum menjual modal intelektualnya dalam tim yang terdiri dari lima orang, masing-masing tim dipimpin oleh seorang partner senior. Luar biasa, klien mau membayar untuk transfer pengetahuan ini dengan tarif rata-rata per tahunnya \$500,000 tiap konsultan (Bontis,1998, 2000).

Berdasarkan uraian diatas pemahaman, orientasi dan implementasi atas modal intelektual harus menjadi prioritas utama dalam mengantisipasi era persaingan bebas. Perusahaan/istitusi yang memiliki sumber daya manusia berkualitas memiliki

peluang lebih besar untuk menguasai pasar global, sebaliknya perusahaan/ institusi yang miskin pengetahuan dan teknologi informasi hanya akan menjadi penggembira karena produk dan jasanya tidak mempunyai daya saing di pasar baik domestik maupun internasional. Penelitian ini berusaha menjawab tantangan ini dengan jalan melakukan evaluasi tentang implementasi intelektual kapital terutama pada perusahaan terbuka (*go public*) di Indonesia. Selanjutnya melakukan pemetaan (*mapping*) implementasi dan melakukan analisis terhadap hasil pemetaan menurut klasifikasi kecenderungan implementasi yang telah dilakukan, capaian ini akan dilaksanakan pada penelitian periode tahun pertama. Tahap berikutnya pada tahun kedua akan dilakukan penggalan atas pemahaman tentang intelektual kapital pada para manajer, controller, akuntan internal di perusahaan terbuka. Kemudian menggali faktor-faktor yang menyebabkan kesulitan implementasi di perusahaan terbuka. Terakhir mensintesa hasil pemetaan (hasil penelitian tahun pertama) dengan hasil *deep interview* yang diperoleh pada tahun kedua. Hasil yang diperoleh akan menjadi pemicu terutama bagi perguruan tinggi untuk melakukan langkah-langkah perbaikan seperti melakukan pelatihan, seminar, dengan sasaran para manajer perusahaan atau melakukan dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat tentang paradigma baru atas modal intelektual. Pemahaman dan implementasi atas pentingnya intelektual kapital pada gilirannya akan mampu mendorong perbaikan kinerja perusahaan/ institusi.

## 2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada latar belakang penelitian, maka akan disusun rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah yang dituangkan pada laporan penelitian ini adalah rumusan masalah pada tahun kedua, yang disusun sebagai berikut:

- 1) Bagaimanakah pemahaman intelektual kapital oleh para manajer/ akuntan/ auditor internal pada perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia?.
- 2) Bagaimanakah keterkaitan antara hasil penelitian tahun pertama dengan hasil penelitian tahun kedua?

### 1.3. Organisasi Laporan Penelitian

Organisasi laporan penelitian hibah bersaing ini terdiri dari 6 (enam) bab sebagai berikut:

- 1) Bab 1 Pendahuluan
- 2) Bab 2 Tinjauan Pustaka
- 3) Bab 3 Tujuan dan Manfaat Penelitian
- 4) Bab 4 Metode Penelitian
- 5) Bab 5 Hasil dan Pembahasan
- 6) Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa, penelitian ini merupakan penelitian lanjutan, maka ada beberapa hal yang harus saling terkait agar tidak

kehilangan pijakan. Khususnya pada Bab 5 pada saat membahahas hasil, akan disertakan ringkasan hasil penelitian pada tahun pertama. Apalagi dalam rumusan masalah yang ketiga dimana penelitian ini mencoba membandingkan keterkaitan antara penelitian tahun pertama dan tahun kedua, maka sangat penting untuk menuliskan kembali hasil pada tahun pertama tersebut.



## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang berkaitan dengan modal intelektual mulai dilakukan pada abad XX, terutama di negara-negara maju. Penelitian ini mulai berkembang ketika timbulnya gelombang kesadaran untuk mencoba memahami faktor manusia secara kuantitatif dalam perspektif akuntansi. Paradigma ini menimbulkan kajian-kajian baru khususnya yang terkait dengan ilmu akuntansi, seperti munculnya akuntansi perilaku (*behavioral accounting*), akuntansi sumber daya manusia (*human resources accounting*) dan sebagainya. Penelitian pada perusahaan multinasional di Amerika Serikat mencoba meneliti hubungan modal intelektual dengan kinerja perusahaan didasarkan pada *resource-based view* dan *stakeholder view*. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif antara modal intelektual dengan kinerja perusahaan. (Belkaoui, 2002). Penelitian lain mengungkapkan bahwa, kinerja perusahaan dipengaruhi secara langsung baik oleh modal fisik maupun modal intelektual (Karp, 2003; Firer & Williams, 2003). Penelitian lain menguji hubungan modal manusia dengan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan diuji dalam tiga dimensi, profitabilitas, produktivitas, dan evaluasi pasar. Hasilnya bahwa analisis dalam satu industri membuktikan adanya hubungan positif antara modal manusia dan kinerja perusahaan, baik dalam kelompok perusahaan yang *low knowledge-base* maupun *high knowledge-base* (Walker, 2001; Peña, 2002).

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Hitt pada perusahaan jasa profesional (Hitt *et al.*,2001). Penelitian tentang dampak modal intelektual manusia dan modal fisik pada sektor perbankan terhadap kinerja berbasis nilai di Jepang. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kontribusi modal intelektual dan modal fisik terhadap kinerja perusahaan (Mavridis,2004).

## 2.2. Modal Intelektual

### 2.2.1. Definisi dan Elemen Modal Intelektual

Modal intelektual bisa juga disebut *intellectual property*, *intellectual asset*, dan *knowledge asset*. Namun sebenarnya ketiga istilah tersebut memiliki konsep yang berbeda (McConnachie,1997). Modal intelektual dianggap sebagai pengetahuan dengan nilai yang potensial. Ketika pengetahuan tersebut telah ditegaskan dengan adanya kepemilikan, maka pengetahuan tersebut menjadi *intellectual property* yang memiliki nilai yang dapat diukur tergantung penggunaannya. Pengetahuan yang memiliki nilai tertentu dan penggunaan yang spesifik untuk tujuan tertentu menjadi aset intelektual bagi pemiliknya. Modal intelektual menunjukkan pengetahuan yang ditransformasikan menjadi sesuatu yang bernilai bagi perusahaan, sedangkan aset intelektual atau *knowledge asset* merupakan pertukaran bentuk bagi produk transformasi pengetahuan tersebut. Dengan demikian dalam istilah akuntansi, aset intelektual berada di sebelah debet—aset individual seperti paten, sedangkan modal intelektual berada di sebelah kredit—atau total kekayaan organisasi yang diinvestasikan dalam aset intelektual.

*Society of Management Accountants Canada* (SMAC, 1998) mendefinisikan modal intelektual sebagai item pengetahuan yang dimiliki oleh manusia yang kemudian

masuk kedalam perusahaan yang akan menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang bagi perusahaan. Menurut Stewart (1997:ix-x) modal intelektual sebagai berikut:

- (1) Modal intelektual adalah jumlah semua hal yang diketahui dan diberikan oleh semua orang dalam perusahaan, yang memberikan keunggulan bersaing.
- (2) Modal intelektual adalah materi intelektual – pengetahuan, informasi, hak kekayaan intelektual, pengalaman – yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. Modal intelektual penting karena:
  - a. Mengakui pergeseran dari era industri ke era informasi.
  - b. Mengkui bahwa kontributor utama pada nilai perusahaan adalah aktiva tak berwujud.
  - c. Mengakui bahwa pengetahuan dan informasi terus berkembang.

Modal intelektual merupakan kombinasi dari elemen-elemen yang dapat diklasifikasikan sebagai modal manusia, modal pelanggan dan modal organisasi (SMAC, 1998 dan Pablos, 2003). Modal intelektual untuk setiap organisasi memiliki keunikan yang berbeda-beda tergantung pada *core business* dan *core competency*. Apabila nilai yang dibentuk dari elemen modal intelektual ini tersaji dalam laporan keuangan, akan mencerninkan keunikan nilai perusahaan tersebut.

Menurut Stewart (1997) materi intelektual pengetahuan, informasi, hak cipta intelektual, pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. Menurut Klein dan Prusak (1994) “...we can intellectual capital operationally as intellectual material that has been formalized, captured, and leveraged to produce a higher valued asset” (Sawarjuwono dan Agustine, 2003). Sedangkan Leif Edvinsson dan Pat Sullivan

mendefinisikan *intellectual capital* sebagai *knowledge* yang dapat dikonversikan menjadi nilai (Tobing, 2007).

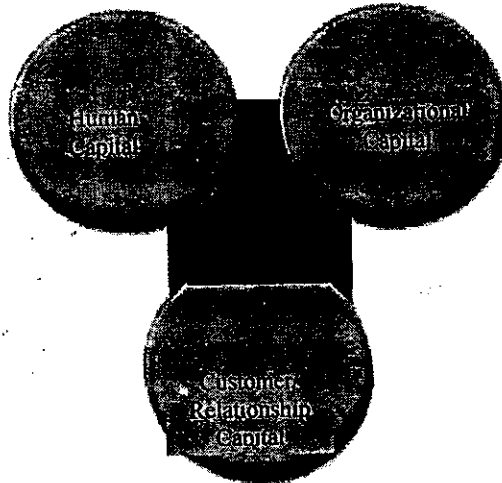
Jadi *intellectual capital* dapat dikatakan sebagai aset tak berwujud yang mana mempunyai dampak yang signifikan pada kinerja dan semua keberhasilan dalam bisnis.

Tidak ada definisi tentang elemen dari *intellectual capital* yang telah diterima oleh umum. Tetapi dengan persetujuan umum *intellectual capital* terdiri dari modal manusia (*human capital*), modal pelanggan (*customer capital*), dan modal terstruktur (*structural capital*). *Human capital* berarti keahlian dan kompetensi dari pekerja dan kemampuan mereka untuk menghasilkan barang dan jasa dan *support* pelanggan. Selain itu juga termasuk dinamika dari organisasi pembelajaran dalam sebuah perubahan lingkungan kompetitif, kreatifitas, dan inovatif. *Structural capital* berarti infrastruktur organisasi dan kemampuan mereka untuk melihat kebutuhan pasar. Infrastruktur termasuk didalamnya sistem teknologi, *images* perusahaan, *database*, paten, merek dagang, konsep organisasi, dan dokumentasi. *Customer capital* berarti orang-orang yang berhubungan dengan organisasi dalam melakukan atau untuk siapa perusahaan memberikan pelayanan (pelanggan). Gambar 2.1 merupakan visualisasi *platform of intellectual capital*.

Menurut Stewart dalam Tobing (2007) *intellectual capital* diklasifikasikan menjadi tiga jenis *capital* yaitu:

1. *Human Capital* menyangkut kompetensi, *skills*, *brainpower*, ekspertis, kreativitas, *problem-solving capability*, *leadership*, *entrepreneurial* dan *managerial skills* serta *tacit knowledge* yang dimiliki karyawan perusahaan.

Gambar 2.1.

*Value Platform of Intellectual Capital*

(Sumber: Karmen, Jelcic. 2007. *Capital Handbook of IC Management in Companies..* Zagreb, 2007. Intellectual Capital Center Croatia. <http://www.vaic-on.net>)

2. *Struktural Capital* merupakan kapabilitas *knowledge* dari perusahaan berupa teknologi, metodologi dan proses, yang memampukannya merespon kebutuhan dan tantangan pasar,
3. *Customer Capital* menyangkut relasi, *feedback*, *input* terhadap produk atau layanan, *suggestion*, pengalaman, dan *tacit knowledge* dari pelanggan. Istilah *customer* diperluas sehingga juga mencakup pemasok, distributor, dan otoritas atau pemain lain yang dapat berkontribusi terhadap *value chain*.

a. *Human Capital*

Menurut Edvinsson dan Malone (1997) dalam Kannan dan Wilfried (2004) *human capital is the combined knowledge, skill, innovativeness and ability of the company's individual employees to meet the task at hand. It also includes the company's value, culture and philosophy. Human capital cannot be owned by the company.* Menurut

Bontis (2004) *human capital* adalah kombinasi dari pengetahuan, *skill*, kemampuan melakukan inovasi dan kemampuan menyelesaikan tugas, meliputi nilai perusahaan, kultur dan filsafatnya.

*Human capital* oleh Sawarjuwono dan Agustine (2003) dianggap sebagai *lifeblood* dalam modal intelektual, karena *human capital* merupakan sumber inovasi dan pengembangan. *Human capital* juga mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan jalan keluar yang terbaik menurut kemampuan atau pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. Semakin berhasilnya perusahaan dalam menggunakan dan mengelola pengetahuan karyawannya, maka akan juga meningkatkan *human capital* perusahaan tersebut. Jadi *human capital* merupakan kekayaan perusahaan yang terdapat dalam tiap individu yang ada didalamnya.

#### **b. *Structural* atau *Organizational Capital***

*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 (Sawarjuwono dan Agustine, 2003). Sedangkan menurut Nashih (2005), *structural* atau *organizational capital* adalah kekayaan potensial perusahaan yang tersimpan dalam organisasi dan manajemen perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa *structural* atau *organizational capital* adalah infrastruktur pendukung dari *human capital*, yang mana merupakan hasil dari *human capital* dimasa yang lalu. Contoh dari *organizational capital* antara lain adalah program penelitian dan pengembangan, kursus pelatihan, kebijakan dan prosedur organisasi, *software* aplikasi dan paten.

### c. *Customer Capital (Relational Capital)*

Sveiby (1998) *customer capital is the external structure include relationships with customer and suppliers. It also encompasses brand named, trademarks, and the company's reputation or image.* Menurut Sawarjuwono dan Agustine (2003) elemen *customer capital* merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian di luar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut. Leif Edvinsson seperti yang dikutip oleh Sawarjuwono dan Agustine (2003) menyarankan pengukuran beberapa hal berikut ini yang terdapat dalam *customer capital*:

1. *Customer profile*
2. *Customer duration*
3. *Customer role*
4. *Customer support*
5. *Customer success*

Jadi *customer capital* dapat diartikan sebagai kombinasi nilai dari hubungan antara pasar, asosiasi industri, pelanggan dan pemasok. *Customer capital* berbicara mengenai isu seperti kepercayaan, pemahaman, kekuatan dan loyalitas hubungan dengan konsumen.

#### 2.1.2. Pengukuran dan Pengungkapan Modal Intelektual

Upaya pengembangan ukuran dan pengungkapan untuk modal intelektual telah lama dilakukan dengan berbagai pendekatan yang digunakan. Terdapat tiga cara pengukuran modal intelektual menurut Stewart (1997:247-253):

- (1) *Market-to-book value (MBV)*



MBV adalah selisih antara nilai pasar dan nilai buku. Kelemahannya: (1) mengabaikan faktor eksogen yang dapat mempengaruhi nilai pasar. (2) nilai buku dan nilai pasar seringkali belum mencerminkan nilai yang riil karena perbedaan metode akuntansi yang digunakan.

(2) *Tobin's "q"*

Rasio ini membandingkan nilai pasar suatu aset dengan biaya penggantinya. Metode ini telah memperhitungkan faktor inflasi.

(3) *Calculated Intangible Value (CIV)*

CIV menghitung kelebihan *return* atas aktiva berwujud kemudian menggunakannya sebagai dasar untuk menentukan porsi *return* yang diakibatkan oleh aktiva tak berwujud. .

Pengukuran modal intelektual dapat juga dilakukan dengan cara (Rodov&Leliaert, 2002 dan Pablos, 2003):

(1) *The invisible balance-sheet (IBS)*

IBS mengelompokkan modal intelektual kedalam modal individual dan modal struktural. Indikator dari modal individual adalah kompetensi profesional, strategi perusahaan, pendidikan, pengalaman, jumlah karyawan dalam perusahaan dengan latar belakang yang relevan dan distribusi tanggung jawab yang terkait dengan pelanggan dan proyek-proyek yang ada. Modal struktural dapat ditunjukkan dengan keunggulan kompetitif perusahaan, seperti reputasi, produk spesifik, jasa pelayanan dan produk.

(2) *The intangible assets monitor (IAM)*

IAM bertujuan untuk mengukur aktiva tak berwujud dalam model yang mirip dengan *Balanced Scorecard*, yaitu dengan menggunakan tiga indikator untuk mengukur modal intelektual, yaitu klien (aktiva struktur eksternal), organisasi (aktiva struktur internal), dan orang (aset kompetensi karyawan)

(3) *The balanced scorecard (BSC)*

*Balanced scorecard* mengukur sistem yang menunjukkan seberapa besar strategi perusahaan telah diimplementasikan dalam empat area: perpektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, dan perpektif pembelajaran dan inovasi.

(4) *Economic Value Added (EVA™)*

EVA merupakan ukuran kinerja komprehensif yang menggunakan variabel penganggaran modal dan keuangan, penyusunan sasaran, pengukuran kinerja, komunikasi pemegang saham, dan kompensasi intensif yang dapat meningkatkan ataupun mengurangi nilai perusahaan.

(5) *IC-index*

*IC-index* berusaha mengkonsolidasikan berbagai indikator individual dalam indeks tunggal, dan mengkorelasi perubahan modal intelektual dengan perubahan di pasar. Pendekatan ini mensintesis strategi, ukuran nonkeuangan, dan nilai tambah manajemen.

(6) *Technology broker (TB)*

Model ini menyatakan bahwa nilai pasar perusahaan terdiri dari dua elemen: aktiva berwujud dan aktiva tidak berwujud. Pendekatan TB membentuk pemecahan dalam praktek pengukuran modal intelektual, karena memungkinkan perusahaan untuk menghitung nilai dolar modal intelektual.

(7) *The return on assets (ROA) method*

ROA merupakan rasio rata-rata laba perusahaan dibagi rata-rata aktiva berwujud rata-rata selama 5 tahun. Rasio ini dibandingkan dengan rata-rata industri untuk menghitung perbedaannya. Jika perbedaannya nol atau negatif, kemudian perusahaan tidak memiliki kelebihan modal intelektual dibandingkan rata-rata industri dan nilai modal intelektualnya diasumsikan nol. Jika perbedaannya positif, perusahaan diasumsikan memiliki kelebihan modal intelektual dari industrinya.

(8) *Market capitalization method (MCM)*

Metode ini memberikan ukuran pasar modal intelektual perusahaan. Metode ini mengasumsikan bahwa kelebihan kapitalisasi pasar perusahaan diatas ekuitas pemegang sahamnya merupakan modal intelektual. Metode ini didasarkan pada premi pasar dan kuota harga saham.

(9) *The direct intellectual capital method (DIC)*

Metode DIC memfokuskan pada pengukuran nilai modal intelektual dengan mengidentifikasi berbagai komponen dan kemudian secara langsung mengevaluasinya. Komponen aktiva pasar (seperti loyalitas pelanggan), property intelektual (seperti paten), aktiva teknologi, aktiva manusia (seperti pendidikan dan pelatihan), dan aktiva struktural (seperti sistem informasi) merupakan focus DIC. Setelah komponen-komponen ini diukur, diperoleh nilai total modal intelektual perusahaan.

(10) Skandia AFS business navigator (SBN)

Model ini memvisualisasi nilai komponen yang membentuk modal intelektual, yaitu metode pengaturannya dan pelaporan perkembangannya. SBN didesain untuk memberikan gambaran yang seimbang dari modal keuangan dan modal intelektual. Skandia memonitor kinerjanya berdasarkan sekitar 30 indikator kinerja kunci (KPI) dalam berbagai area.

(11) *Financial method of intangible assets measuring (FiMIAM)*

Menurut model ini modal intelektual perusahaan terdiri dari kelas manusia, pelanggan, dan struktural. Metode ini memungkinkan seseorang menilai nilai moneter komponen modal intelektual yang relevan dan memasukkannya dalam neraca perusahaan.

Dalam penelitian ini, modal intelektual dihitung dengan menggunakan *market-to-book value*. Metode ini digunakan karena:

- a. Informasi yang diperlukan untuk menghitung modal intelektual tersedia secara publik.
- b. Lebih cocok untuk manajemen
- c. Cocok untuk pengguna eksternal karena indikator yang digunakan diketahui secara umum dan informasinya mudah didapat.

### 2.3. Aset Perusahaan

Tipe aset yang pertama adalah aset berwujud, seperti properti, pabrik dan peralatan dan teknologi fisik yang biasa dijual di pasar, yang mudah ditiru dan disubstitusi, dan dapat dengan mudah dibeli dan dijual di pasar terbuka. Tipe aktiva yang kedua adalah aset tak berwujud, dapat dinilai, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat disubstitusi (Nieto&Waldo,2002)

#### 2.3.1. *Resource-Based Perspective*

Dalam *resource-based perspective*, perusahaan dipandang sebagai portofolio sumber daya (Khrogh&Roos,1995). Perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dan kinerja superior melalui akuisisi dan penggunaan aset-aset strategis yang vital bagi keunggulan kompetif dan kinerja keuangan yang kuat. Sumber daya ini termasuk aktiva fisik berwujud maupun aktiva tidak berwujud yang telah diinternalisasi oleh perusahaan dan digunakan secara efektif dan efisien untuk mengimplementasikan strategi kompetitif dan kemampuan menghasilkan laba yang spesifik (Belkoui,2002). Dalam *resources-based perspective*, untuk menciptakan keunggulan kompetitif, sumber daya perusahaan harus memiliki empat karakteristik:

- a. harus dapat dinilai,
- b. secara strategis tidak memiliki substitusi,
- c. langka diantara para pesaing, dan
- d. tidak dapat ditiru (Khrogh&Roos,1995)

### 2.3.2 Aset Tak Berwujud sebagai Aset Strategis

Perusahaan memiliki sumber daya yang tidak hanya terkait dengan operasi perusahaan, namun sumber daya tersebut vital bagi keunggulan kompetitif dan memperkuat kinerja keuangan perusahaan. Aset tak berwujud diakui sebagai aset strategis. Hal ini dikarenakan karakteristik yang dimiliki oleh aset tak berwujud, yaitu langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat disubstitusi (Belkoui,2002). Secara teoritis dijelaskan bahwa aset tak berwujud memiliki hubungan positif dengan profitabilitas. Aset tak berwujud dapat memberikan kontribusi pada kinerja yang lebih tinggi (Delios and Beamish,2001).

### 2.4. Pengaruh Modal Fisik terhadap Kinerja Perusahaan

Seluruh indikator tradisional yang terkait dengan kesuksesan bisnis didasarkan pada modal fisik. Modal fisik memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan dan juga memberikan kontribusi terhadap usaha memperkaya kumpulan aset tak berwujud (Peña,2002). Modal fisik merupakan faktor produksi yang penting dan membantu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Tipe dan jumlah modal fisik yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa bervariasi baik antar industri maupun perusahaan dalam industri yang sama. Modal fisik berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Walker,2001).

Penelitian tentang dampak modal fisik terhadap kinerja perusahaan telah dilakukan lingkungan perbankan. Tujuan penelitiannya adalah menganalisis modal intelektual, fokus penelitian ini pada modal manusia dan modal fisik pada sektor perbankan di Jepang dan mendiskusikan dampaknya terhadap kinerja berbasis nilai. Hasil penelitian ini adalah bahwa riset yang dilakukan menunjukkan adanya kontribusi modal intelektual dan modal fisik terhadap kinerja perusahaan (Mavridis,2004).

Selain Mavridis, penelitian tentang hubungan antara modal fisik dengan kinerja perusahaan juga telah dilakukan oleh Firer & Williams (2003). Penelitian Firer&Williams dilakukan pada perusahaan yang diperdagangkan secara publik. Tujuan penelitiannya adalah menginvestigasi hubungan antara efisiensi nilai tambah sumber daya perusahaan (aset fisik, modal manusia, dan modal struktural) dan tiga dimensi tradisional kinerja manajemen: profitabilitas, produktivitas, dan penilaian pasar. Hasil penelitian ini adalah bahwa modal fisik tetap menjadi sumber daya yang paling signifikan bagi kinerja perusahaan meskipun terdapat usaha untuk meningkatkan modal intelektual.

## **2.5. Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan**

Saat ini sulit untuk memperoleh keunggulan kompetitif hanya melalui alat tradisional dan berwujud (Karp,2003). Sumber daya tak berwujud lebih berperan dalam menghasilkan keunggulan kompetitif dibandingkan sumber daya berwujud (Hitt *et al.*,2001). Oleh karena itu, ukuran tradisional dari kinerja organisasi dapat dikatakan kurang tepat dalam dunia ekonomi saat ini dimana keunggulan kompetitif dipicu oleh modal intelektual (Firer&Williams,2003).



Konstruksi modal intelektual merupakan faktor kunci dalam menjelaskan kinerja organisasi, terutama dalam ekonomi informasi. Setiap organisasi memiliki cara yang unik dalam mengarahkan, mengatur, dan mentransformasi sumber dayanya dalam satu aspek, yaitu modal intelektual. Dengan modal intelektual, berarti bahwa pengetahuan yang spesifik dan bernilai mengalir kedalam organisasi.

Modal intelektual berpotensi sebagai pencipta kekayaan dalam organisasi bisnis. Kualifikasi modal intelektual sebagai sumber daya yang strategis terletak pada mata rantai yang potensial antara modal intelektual di satu sisi dan kinerja perusahaan di sisi lainnya. Peran modal intelektual menjadi sangat penting dalam mencapai keunggulan kompetitif (Usoff *et al.*,2002, Walker,2001).

Penelitian tentang hubungan antara modal intelektual dengan kinerja perusahaan dilakukan oleh Bontis (1998). Tujuan penelitian Bontis adalah menyelidiki perkembangan modal intelektual dan mengkonstruksinya melalui analisis komponen utama dan *partial least square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal intelektual memiliki dampak yang signifikan dan substantif terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian Pulic (1999) mendukung analisis bahwa modal intelektual merupakan sumber daya yang sangat penting bagi perusahaan. Penelitian Pulic dilakukan dengan mengukur efisiensi modal intelektual dengan modal fisik. Hasilnya menunjukkan bahwa modal intelektual menciptakan nilai tambah yang besar bagi perusahaan. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian Peña (2002), yang menghipotesiskan bahwa kinerja perusahaan yang baru berdiri akan tergantung pada tingkat keefektifan manajemen modal intelektual yang dicapai oleh *entrepreneur* selama periode persiapan. Hasil penelitiannya

menunjukkan bahwa kerangka kerja modal intelektual tidak hanya membantu menjelaskan kinerja bisnis perusahaan besar dan perusahaan publik tapi juga perusahaan yang baru berdiri. Semua elemen modal intelektual berhubungan secara positif dengan kinerja bisnis. Perusahaan yang baru berdiri selain menunjukkan perhatian terhadap ketersediaan aset berwujud juga memperhatikan kontribusi aset tak berwujud bagi kelangsungan perusahaan. Misalnya elemen modal struktural seperti kapasitas perusahaan untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan dan kemampuan mengimplementasikan strategi yang tepat sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dan mampu berkembang.

Belkoui (2002), menghipotesiskan bahwa modal intelektual akan secara positif berpengaruh pada kinerja perusahaan, diukur dengan nilai tambah bersih yang diciptakan. Hipotesis ini diselaraskan dengan *resource-based view* perusahaan dengan mengantisipasi kontribusi positif modal intelektual sebagai aset strategis, dan selaras dengan *stakeholder view* dengan mengukur kinerja masa depan perusahaan berdasar nilai tambah bersih yang dihasilkan. Hasil penelitian ini menunjukkan dukungan terhadap hipotesis yang dibuat yaitu bahwa modal intelektual berhubungan positif dengan kinerja perusahaan yang diukur dengan nilai tambah bersih yang dihasilkan; yang mendukung baik *resource-based view* maupun *stakeholder view*. Hasil penelitian ini memandang bahwa kinerja organisasi tidak hanya berorientasi pada kinerja keuangan tetapi juga pada kepuasan pelanggan, memperkaya para karyawan, dan kinerja sosial.

## BAB 3

### TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

#### 3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang disusun pada bab1, maka akan tujuan penelitian pada tahun kedua adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pemahaman intelektual kapital oleh para manajer/ akuntan/auditor internal pada perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui keterkaitan antara hasil penelitian tahun pertama dengan hasil penelitian tahun kedua.

#### 3.2. Manfaat Penelitian

- 1) Untuk mengetahui dan memahami implementasi intelektual kapital di Indonesia, khususnya pada perusahaan yang *go public* di Indonesia.
- 2) Untuk memberikan informasi kepada para investor dalam memahami pentingnya intelektual kapital dalam kontribusinya untuk mencapai kinerja

- 3) Untuk memberikan informasi kepada para manajer dalam memahami pentingnya intelektual kapital dalam kontribusinya untuk mencapai kinerja, sehingga informasi ini sangat bermanfaat ketika pengambilan keputusan.
- 4) Untuk memberikan informasi pada para peneliti berikutnya
- 5) Untuk memperkaya hasil penelitian khususnya yang terkait dengan intelektual kapital, mengingat topik ini relatif baru dan pada umumnya masih diterapkan di negara maju ekonominya

## BAB 4

### METODE PENELITIAN

#### 4.1. Rancangan dan Pendekatan Penelitian

##### a. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang akan digunakan adalah *quantitative research*. Rancangan ini digunakan untuk memahami fenomena implementasi intelektual kapital pada perusahaan terbuka (*go public*) di Indonesia dengan menggunakan kerangka teoretis yang telah tersedia, untuk mencapai tujuan penelitian pada tahun pertama. Pada tahun kedua *descriptive research* dipergunakan untuk menterjemahkan hasil *deep interview* mengenai pemahaman tentang intelektual kapital pada para manajer, controller atau akuntan internal di perusahaan terbuka.

##### b. Pendekatan Penelitian

Terdapat dua pendekatan yang dikenal secara luas dalam penelitian, yaitu pendekatan kuantitatif yang dikenal juga dengan pendekatan *mainstream approach* dan pendekatan kualitatif atau *alternative approach* (Yin, 2002). Secara umum, pendekatan kuantitatif lebih fokus pada tujuan untuk generalisasi, dengan melakukan pengujian statistik dan steril dari pengaruh subyektif peneliti (Sekaran, 1992). Sebaliknya, pada pendekatan kualitatif sama sekali tidak untuk generalisasi, pengaruh subyektif atas hasil interpretasi sangat kental. Penelitian ini lebih banyak

menggukanan metode-metode natural. Namun demikian, peneliti tetap wajib memperhatikan landasan teori sebagai pijakan kuat untuk melakukan analisis, sintesis dan interpretasi. Hasil demikian dapat dipertanggung-jawabkan secara ilmiah (Muhajir, 2000).

Berdasarkan uraian ini, maka penelitian ini menggunakan kedua pendekatan sekaligus. Pendekatan kuantitatif dilakukan pada tahun pertama, ketika peneliti mencoba menghubungkan antara intelektual kapital dengan kinerja perusahaan. Pendekatan kualitatif digunakan pada tahun kedua dengan metode *deep interview* untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang implementasi dan faktor penghambatnya dalam implementasi di perusahaan.

#### 4.2. Data yang dibutuhkan

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian , terdapat dua kelompok data. Pertama, untuk melakukan pemetaan dan evaluasi tentang implementasi intelektual kapital pada perusahaan terbuka (*go public*) di Indonesia akan digunakan data sekunder, berupa laporan keuangan perusahaan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Kedua, untuk menjawab pemahaman yang mendalam tentang implementasi dan faktor penghambatnya dalam implementasi di perusahaan digunakan data primer. Data ini, diperoleh dengan melakukan wawancara yang mendalam (*deep interview*) kepada para manajer, *controller* atau akuntan internal di perusahaan terbuka.

### 4.3. Langkah Penelitian pada Tahun Kedua

Secara umum dapat dijelaskan tujuan yang ingin dicapai pada tahun kedua, yaitu:

- (1) Menggali pemahaman tentang intelektual kapital pada para manajer/ controller/ akuntan internal di perusahaan terbuka.
- (2) Menggali faktor-faktor yang menyebabkan kesulitan implementasi di perusahaan terbuka.
- (3) Mensintesa hasil pemetaan (hasil penelitian tahun pertama) dengan hasil *deep interview* yang diperoleh pada kedua tujuan sebelumnya.

Ada 2 strategi yang akan dilakukan untuk mencapai ketiga tujuan yang telah dirumuskan. Sifat masing-masing strategi adalah *mutualistis* (saling melengkapi).

Strategi satu dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

- (1) Mengirimkan email yang ditujukan kepada para manajer/ controller/ akuntan internal di perusahaan terbuka.
- (2) Isi email mengenai permohonan untuk wawancara tentang hal-hal yang terkait dengan implementasi intelektual kapital pada perusahaan mereka.
- (3) Wawancara dapat dilakukan secara fisik, kami mendatangi mereka, atau menghubungi kantor cabang di Surabaya, atau via email, atau melakukan komunikasi langsung melalui kamera dengan media extranet.
- (4) Memberikan email awal sebagai bahan kajian dalam diskusi saat wawancara, agar mereka lebih siap.

- (5) Menyiapkan materi wawancara, melakukan penjadwalan wawancara sesuai dengan kesepakatan, mengingat partisipan yang akan dihubungi merupakan pebisnis/eksekutif yang sangat sibuk.
- (6) Wawancara dilakukan dengan *deep interview*, sehingga sangat mungkin untuk dilakukan lebih dari satu kali.
- (7) Melakukan dokumentasi baik melalui kaset, maupun catatan-catatan penting.
- (8) Melakukan klasifikasi atas hasil dokumentasi untuk dilakukan analisis lebih lanjut.
- (9) Mensintesa antara hasil penelitian pertama dengan hasil analisis yang diperoleh dari langkah kelima.
- (10) Menarik kesimpulan yang berupa analisis deskriptif tentang hasil temuan penelitian.

#### **4.4. Rancangan Pedoman Wawancara**

Teknik wawancara yang dirancang adalah wawancara tidak terstruktur. Menggunakan metode diskusi, melakukan perekaman dengan memohon ijin terlebih dahulu. Oleh karenanya dalam penelitian ini dibuatkan pedoman wawancara, sedangkan wawancara akan dibuat mengalir, alamiah dan natural. Pendekatan ini sering dikenal dengan pendekatan Naturalistik.



**a. Pokok Pokok dalam Pedoman Wawancara**

Pokok-pokok dalam pedoman wawancara berisi petunjuk tentang hal-hal yang akan digunakan untuk menggali partisipan tentang hal-hal yang terkait dengan intelektual kapital. Pedoman tersebut berisi 6 poin sebagai berikut:

- (1) Apakah partisipan pernah mendengar istilah intelektual kapital?
- (2) Dari mana sumbernya?
- (3) Apakah mereka memahami bagaimana implemtasinya diperusahaan?
- (4) Apakah perusahaan mereka telah menerapkannya?
- (5) Kalau belum atau tidak, apakah alasannya?
- (6) Bila telah menerapkan, apa keuntungannya dan apakah ada hambatan dalam penerapannya.

**b. Email yang dikirimkan**

Dalam rangka mencari partisipan untuk diwawancarai peneliti mengirimkan beberapa email kepada manajer/kontroler/akuntan internal yang berisi hal-hal sebagai berikut:

- (1) email tentang kesediaan untuk menjadi partisipan (Lampiran 1)
- (2) email tentang “kuesioner awal” sebagai bahan pertimbangan (Lampiran 2)
- (3) email tentang “sekilas intelektual kapital”, berisi pengertian intelektual kapital sebagai bahan diskusi (Lampiran 3)

## BAB 5

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

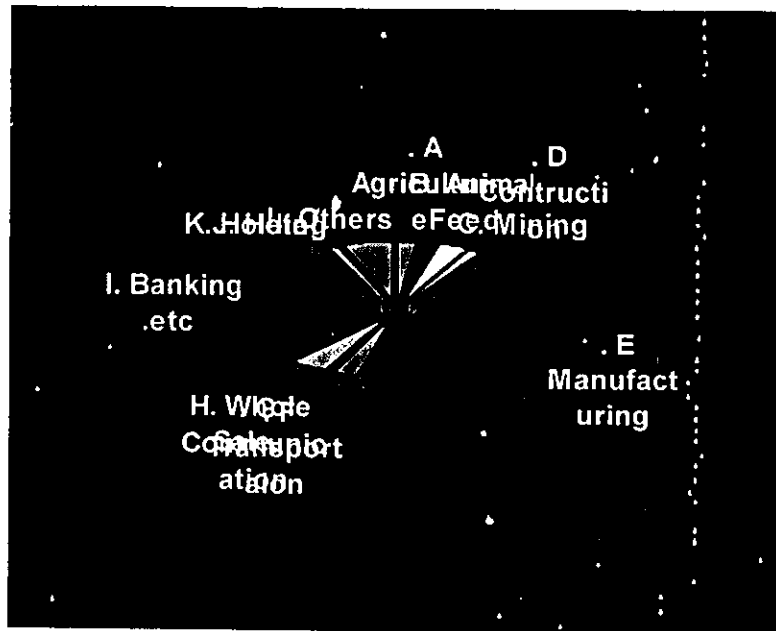
#### 5.1. Perusahaan yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Berdasarkan data dalam *Indonesian Market Directory* (2005) terdapat 330 perusahaan yang go publik di Bursa Efek Indonesia (lampiran 4). Berdasarkan kelompok industrinya terdapat 12 kelompok industri dapat dilihat pada Tabel 5.1. Masing-masing kelompok dapat dijelaskan sebagai berikut: (a) *Agriculture, Forestry and Fishing*, sebanyak 7 perusahaan. (b) *Animal Feed and Husbandry* sebanyak 7 perusahaan. (c) *Mining and Mining Service*, sebanyak 11 perusahaan. (d) *Construction*, sebanyak 3 perusahaan. (e) *Manufacturing* sebanyak 150 perusahaan dalam 20 sub-kelompok, yang terdiri dari: (e.1) *Food and Beverages*, sebanyak 20 perusahaan. (e.2) *Tobacco Manufactures*, sebanyak 4 perusahaan. (e.3) *Textile Mill Products*, sebanyak 9 perusahaan. (e.4) *Apparel and Other Textile Products*, sebanyak 16 perusahaan. (e.5) *Lumber and Wood Products*, sebanyak 5 perusahaan. (e.6) *Paper and Allied Products*, sebanyak 5 perusahaan. (e.7) *Chemical and allied Product*, sebanyak 8 perusahaan. (e.8) *Adhesive*, sebanyak 4 perusahaan. (e.9) *Plastics and Glass Products*, sebanyak 13 perusahaan. (e.10) *Cement*, sebanyak 3 perusahaan. (e.11) *Metal and Allied*, sebanyak 12 perusahaan. (e.12) *Fabricated Metal Products*, sebanyak 2 perusahaan. (e.13) *Stone, Clay, Glass and Concrete Products*, sebanyak 4 perusahaan. (e.14) *Machinery*, sebanyak 1 perusahaan. (e.15) *Cable*, sebanyak 6



Gambar 5.1.

**Proporsi Berdasarkan Kelompok Industri  
Perusahaan yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia**

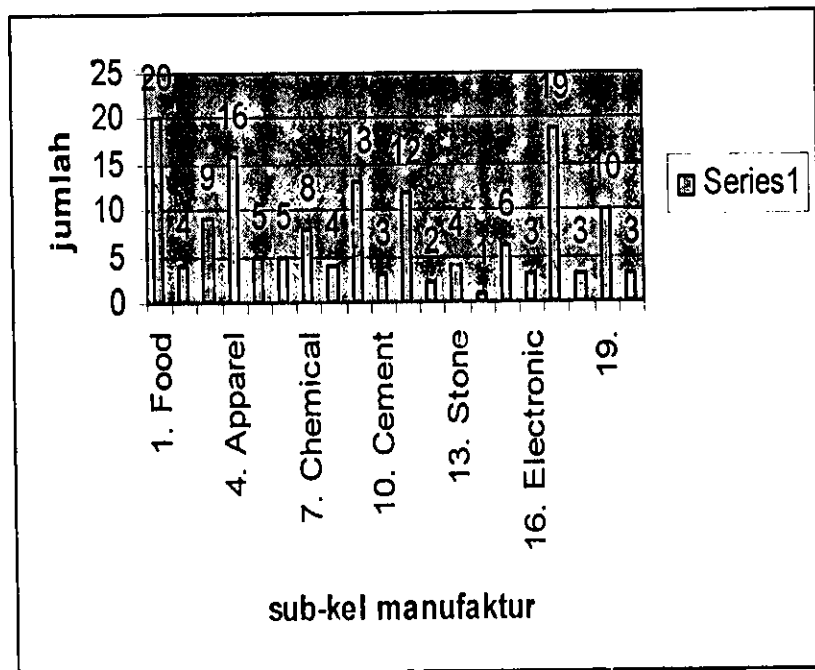


perusahaan. (e.16)*Electronic and Office Equipment*, sebanyak 3 perusahaan. (e.17)*Automotive and Allied Products*, sebanyak 19 perusahaan. (e.18)*Photographic Equipment*, sebanyak 3 perusahaan. (e.19)*Pharmaceuticals*, sebanyak 10 perusahaan. (e.20)*Consumer Goods*, sebanyak 3 perusahaan. (f)*Transportation Service*, sebanyak 9 perusahaan. (g)*Communication*, sebanyak 2 perusahaan. (h)*Whole Sale and Retail Trade*, sebanyak 14 perusahaan. (i)*Banking, Credit Agencies Other Than Bank, Securities, Insurance & Real Estate* sebanyak 98 perusahaan yang terdiri dari sub-kelompok sebagai berikut: (i.1)*Banking*, sebanyak 23 perusahaan. (i.2)*Credit Agencies Other than Bank*, sebanyak 13 perusahaan. (i.3) *Securities*, sebanyak 13

perusahaan. (i.4) *Insurances*, sebanyak 11 perusahaan. (i.5) *Real Estate and Property*, sebanyak 38 perusahaan. (j) *Hotel and Travel Service*, sebanyak 6 perusahaan. (k)  *Holding and Other Investment Companies*, sebanyak 3 perusahaan. (l) *Others*, sebanyak 20 perusahaan. Proporsi masing-masing kelompok dapat dilihat pada Gambar 5.1.

Gambar 5.2

Proporsi Berdasarkan Sub-kelompok Industri Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia

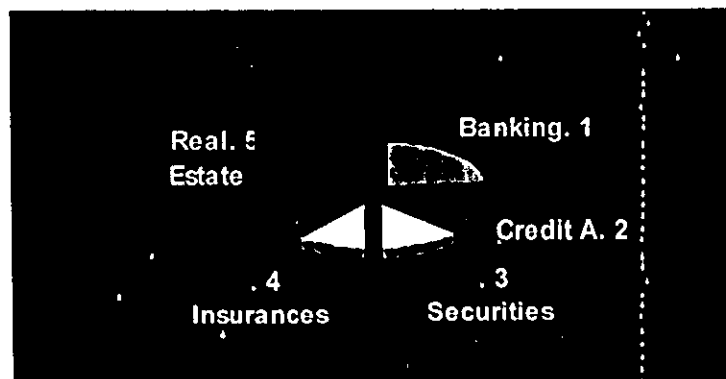


## 5.2. Kondisi Data Perusahaan yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui data yang diterbitkan oleh *Indonesia Stock Exchange (JSX, 2006)* secara *on line* menunjukkan beberapa hal yang akan diuraikan pada penjelasan berikutnya. Beberapa perusahaan baru go publik dan listing di Bursa Efek Indonesia setelah tahun 2002. Selain itu beberapa perusahaan memiliki laporan keuangan yang tidak lengkap. Kemungkinan tahun listing mempengaruhi kondisi implementasi intelektual kapital pada perusahaan yang bersangkutan.

**Gambar 5.3**

**Proporsi Berdasarkan Sub-kelompok Industri  
Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance & Real Estate  
yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia**

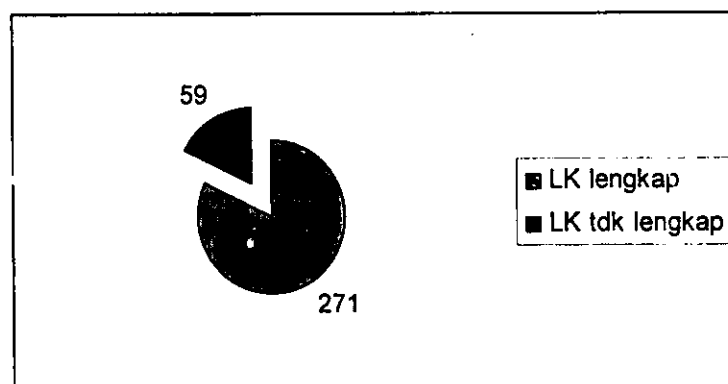


### 5.2.1. Perusahaan yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia (BEI) Setelah Tahun 2003

Tabel 5.2. memberikan informasi bahwa terdapat 10 perusahaan yang go publik di BEI setelah tahun 2003. Kesepuluh perusahaan yang tampak pada tabel 5.2.

**Gambar 5.4.**

#### Proporsi Perusahaan yang Memiliki Laporan Keuangan yang Lengkap (L) dan Tidak Lengkap (TL)



### 5.2.2. Proporsi Perusahaan yang Memiliki Laporan Keuangan yang Lengkap (L) dan Tidak Lengkap (TL)

Tabel 5.3. menunjukkan proporsi antara perusahaan yang memiliki laporan keuangan yang lengkap (dengan notasi L) dan tidak lengkap (dengan notasi TL). Jumlah anggota populasi adalah 330 perusahaan. Dari jumlah tersebut 59 perusahaan memiliki laporan keuangan yang tidak lengkap. Jumlah ini ekuivalen dengan 17% dari jumlah anggota populasi. Laporan keuangan yang tidak lengkap ini, dengan

Tabel 5.2.

## Perusahaan yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia Setelah Tahun 2003

No Urut	Nama Perusahaan		Tahun Listing
	Singkat	Lengkap	
1	ENRG	C. Mining and Mining Service ( 11 ) PT Energi Mega Persada Tbk	2004
2	ADHI	D. Construction ( 3 ) PT Adhi karya (Persero) Tbk	2004
3	AKKU	E. Manufacturing 9. Plastics and Glass Products ( 13 ) PT Aneka Kemasindo Utama Tbk	2004
4	SQMI	17. Automctive and Allied Products ( 19 ) PT Sanex Qianjiang Motor International Tbk	2004
5	ADMF	H. Banking, Credit Agencies Other Than Bank, Securities, Insurance and Real Estate 2. Credit Agencies Other than Bank ( 13 ) PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk (listed tahun 2004)	2004
6	WOMF	PT Wahana Ottomitra Multiartha Tbk	2004
7	YULE	3. Securities ( 13 ) PT Yulie Sekurindo Tbk	2004
8	PJAA	5. Real Estate and Property ( 38 ) PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk	2004
9	BTEK	K. Others ( 20 ) PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk	2004
10	IDKM	PT Indosiar Karya Media Tbk	2004

Sumber: *Indonesian Capital Market Directory, 2005*, diolah kembali

sendirinya akan meliputi perusahaan yang go publik setelah tahun 2003. Keadaan ini mengindikasikan bahwa, laporan keuangan yang tidak lengkap tidak selalu menunjukkan kinerja yang buruk bagi perusahaan yang bersangkutan. Bisa jadi hal



ini disebabkan oleh karena perusahaan yang bersangkutan belum listing di bursa efek. Oleh karenanya diperlukan kajian yang hati-hati dalam memaknai ketidak-lengkapan sendirinya akan meliputi perusahaan yang go publik setelah tahun 2003. Keadaan ini mengindikasikan bahwa, laporan keuangan yang tidak lengkap tidak selalu menunjukkan kinerja yang buruk bagi perusahaan yang bersangkutan. Bisa jadi hal ini disebabkan oleh karena perusahaan yang bersangkutan belum listing di bursa efek. Oleh karenanya diperlukan kajian yang hati-hati dalam memaknai ketidak-lengkapan laporan keuangan tersebut laporan keuangan tersebut.

Perusahaan go publik yang memiliki laporan keuangan lengkap mulai tahun 2003 sampai dengan tahun 2007 sebanyak 271 perusahaan. Jumlah ini ekivalen dengan 83% dari total perusahaan yang go publik di BEI. Untuk memperjelas proporsi ini juga digambarkan dalam bentuk *piechart* seperti dalam Gambar 5.4.

### **5.3. Hasil Penelitian Tahun Pertama yang Relevan dengan Penelitian Tahun Kedua.**

#### **5.3.1. Hasil Pemetaan (*mapping*) Implementasi Hasil Pengukuran Pengaruh Intelektual Kapital pada Kinerja Perusahaan Terbuka**

Dalam melakukan pemetaan (*mapping*) terhadap implementasi hasil pengukuran pengaruh intelektual kapital pada kinerja perusahaan akan dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

- (1) Kelompok I, perusahaan dengan hasil yang gagal menunjukkan pengaruh intelektual kapital pada kinerja perusahaan secara signifikan.

Tabel 5.3.  
Proporsi Perusahaan yang Memiliki Laporan Keuangan  
yang Lengkap (L) dan Tidak Lengkap (TL)

Kelompok Industri	L	TL	TOTAL
A. Agriculture, Forestry and Fishing (7)	7	0	7
B. Animal Feed and Husbandry (7)	6	1	7
C. Mining and Mining Service (11)	9	2	11
D. Construction (3)	1	2	3
E. Manufacturing:			
1. Food and Beverages (20)	19	1	20
2. Tobacco Manufactures (4)	4	0	4
3. Textile Mill Products (9)	8	1	9
4. Apparel and Other Textile Products (16)	11	5	16
5. Lumber and Wood Products (5)	5	0	5
6. Paper and Allied Products (5)	5	0	5
7. Chemical and allied Products (8)	7	1	8
8. Adhesive (4)	3	1	4
9. Plastics and Glass Products (13)	10	3	13
10. Cement (3)	3	0	3
11. Metal and Allied Products (12)	12	0	12
12. Fabricated Metal Products (2)	2	0	2
13. Stone, Clay, Glass and Concrete Products (4)	4	0	4
14. Machinery (1)	0	1	1
15. Cable (6)	6	0	6
16. Electronic and Office Equipment (3)	3	0	3
17. Automotive and Allied Products (19)	16	3	19
18. Photographic Equipment (3)	3	0	3
19. Pharmaceuticals (10)	5	5	10
20. Consumer Goods (3)	3	0	3
F. Transportation Service (9)	9	0	9
G. Communication (2)	2	0	2
H. Whole Sale and Retail Trade (14)	12	2	14
I. Banking, Credit			
1. Banking (23)	21	2	23
Agencies, Securities, Insurance & Real Estate			
2. Credit Agencies Other than Bank (13)	1	12	13
3. Securities (13)	6	7	13
4. Insurances (11)	10	1	11
5. Real Estate and Property (38)	15	3	38
J. Hotel and Travel Service (6)	6	0	6
K. Holding and Other Investment Companies (3)	3	0	3
L. Other (20)	14	6	20
Jumlah	271	59	330
Proporsi	83%	17%	100%

Sumber: *Indonesian Capital Market Directory*, 2005, diolah kembali

- (2) Kelompok II, perusahaan dengan hasil menunjukkan pengaruh intelektual kapital pada kinerja perusahaan secara tidak signifikan.
- (3) Kelompok III, yaitu perusahaan dengan hasil menunjukkan pengaruh intelektual kapital pada kinerja perusahaan secara signifikan.

Dalam uraian sebelumnya yang diperoleh dari hasil analisis yang menggunakan *print-out* perhitungan dengan *Software SPSS for Windows Ver.11.5*, maka diketahui bahwa berdasarkan data yang diperoleh dari ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*, 2005) dari 330 (tiga ratus tiga puluh) perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia yang dapat diolah adalah 271 (dua ratus tujuh puluh satu) perusahaan yang diklasifikasikan kedalam 35 kelompok industri. Dari jumlah tersebut, yang menunjukkan pengaruh yang signifikan 9 kelompok (25,71%), tidak bisa diolah 4 kelompok (11,43%) dan tidak signifikan 22 kelompok (62,86%), proporsi ini dapat dilihat pada Gambar 5.5.

### 5.3.2. Hasil Hipotesis yang Gagal diolah

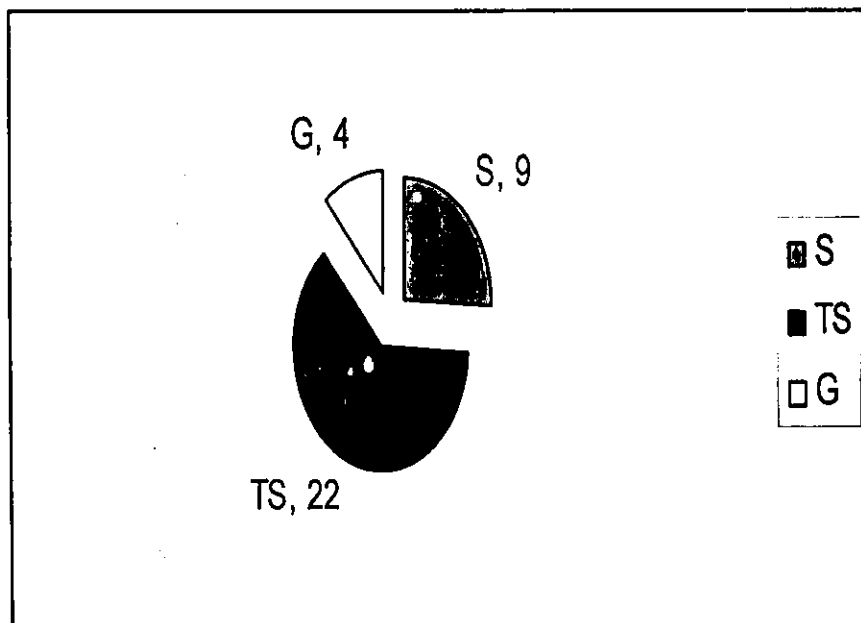
Berdasarkan hasil pemetaan (*mapping*) yang telah dilakukan, maka terdapat 4 kelompok atau ekuivalen dengan 11,43% kelompok perusahaan yang gagal diolah. Kelompok perusahaan tersebut dirangkum dalam Tabel 5.6.

Berdasarkan hasil pemetaan (*mapping*) seperti yang ditampilkan pada Tabel 5.6., maka terdapat 4 (empat) perusahaan yang gagal untuk diolah. Perusahaan tersebut adalah *Construction*, *Manufacturing*, (*Fabricated Metal Products*, dan *Machinery*), serta *Communication*. Ditinjau dari sisi jumlah masing-masing

kelompok tidak lebih dari 3 (tiga) perusahaan (Lampiran 7), sehingga program tidak dapat mengolah. Meskipun syarat minimal pengolahan dengan SPSS adalah 3 (tiga) perusahaan, namun hasilnya seringkali tidak stabil. Dengan demikian untuk keempat kelompok perusahaan tersebut tidak dapat dijelaskan pengaruhnya.

**Gambar 5.5**

**Proporsi Hasil Penelitian yang Signifikan (S), Tidak Signifikan (TS) dan Gagal Diolah (G) Berdasarkan Kelompok Industri Perusahaan yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia**



### 5.3.3. Hasil Hipotesis yang Tidak Signifikan

Berdasarkan hasil pemetaan (*mapping*) yang telah dilakukan, maka terdapat 22 kelompok atau ekuivalen dengan 62,86%, kelompok perusahaan yang gagal diolah. Kelompok perusahaan tersebut dirangkum dalam Tabel 5.4

Tabel 5.4

**Hasil Print-out Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja pada Perusahaan yang *Go Public* di BEI Berdasarkan Kelompok Industri yang Tidak Signifikan**

Kelompok Industri	Beta	T	Sig.	R	R <sup>2</sup>	Hasil
B. Animal Feed and Husbandry ( 7 )	-0.22	-0.45	0.68	.218(a)	0.05	TS
<b>E. Manufacturing</b>						
1. Food and Beverages ( 20 )	0.35	1.56	0.14	.354(a)	0.13	TS
2. Tobacco Manufactures ( 4 )	0.28	0.41	0.72	.279(a)	0.08	TS
3. Textile Mill Products ( 9 )	-0.33	-0.85	0.43	.329(a)	0.11	TS
4. Apparel and Other Textile Products	0.50	1.73	0.12	.499(a)	0.25	TS
5. Lumber and Wood Products ( 5 )	0.03	0.05	0.96	.030(a)	0.00	TS
6. Paper and Allied Products ( 5 )	0.41	0.79	0.49	.414(a)	0.17	TS
7. Chemical and allied Products ( 8 )	0.36	0.87	0.43	.361(a)	0.13	TS
8. Adhesive ( 4 )	-0.78	-1.23	0.44	.776(a)	0.60	TS
9. Plastics & Glass Products ( 13 )	0.59	2.09	0.07	.594(a)	0.35	TS
11. Metal and Allied Products ( 12 )	0.22	0.71	0.50	.218(a)	0.05	TS
13. Stone, Clay, Glass and Concrete Products ( 4 )	0.51	0.83	0.50	.505(a)	0.26	TS
16. Electronic & Office Equipment	0.19	0.20	0.88	.192(a)	0.04	TS
18. Photographic Equipment ( 3 )	-0.56	-0.67	0.63	.555(a)	0.31	TS
19. Pharmaceuticals ( 10 )	0.39	0.74	0.52	.391(a)	0.15	TS
20. Consumer Goods ( 3 )	0.79	1.30	0.42	.793(a)	0.63	TS
<b>F. Transportaion Service ( 9 )</b>						
	0.56	1.77	0.12	.557(a)	0.31	TS
<b>H. Whole Sale and Retail Trade ( 14 )</b>						
	0.33	1.09	0.30	.326(a)	0.11	TS
<b>I. Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance &amp; Real Estate</b>						
2. Credit Agencies Other than Bank	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	TS
3. Securities ( 13 )	-0.05	-0.09	0.93	.045(a)	0.00	TS
4. Insurances ( 11 )	0.31	0.91	0.39	.307(a)	0.10	TS
<b>J. Hotel and Travel Service ( 6 )</b>						
	0.78	2.45	0.07	.775(a)	0.60	TS

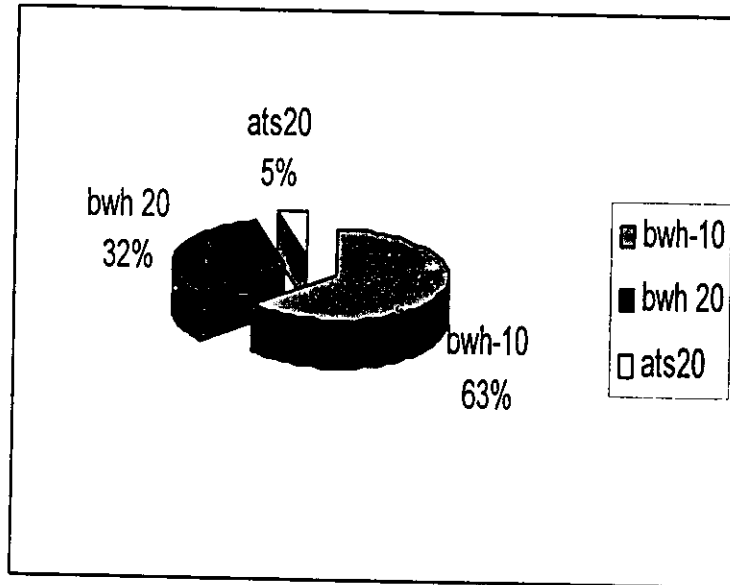
Sumber: Hasil Print-out perhitungan dengan Software SPSS Ver.11.5, diolah kembali

Dari 22 (dua puluh dua) kelompok perusahaan yang menolak hipotesis, atau yang mengindikasikan bahwa intelektual kapital tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, maka dapat ditela'ah lebih jauh lagi. Dari jumlah tersebut ternyata diketahui bahwa kelompok perusahaan yang memiliki anggota sub-populasi sejumlah sepuluh perusahaan atau kurang sebanyak 14 (empat belas) kelompok atau ekuivalen dengan dengan 63%. Kelompok perusahaan tersebut adalah: *Animal Feed and Husbandry, Tobacco Manufactures, Textile Mill Products, Lumber and Wood Products, Paper and Allied Products, Chemical and allied Products, Adhesive, Stone, Clay, Glass and Concrete Products, Electronic and Office Equipment, Photographic Equipment, Pharmaceuticals, Consumer Goods, Transportaion Service, Hotel and Travel Service.*

Untuk kelompok industri dengan anggota sebesar 10 keatas dan dibawah 20 sebanyak 7 (tujuh) kelompok industri atau ekuivalen dengan 32%.. Industri yang tergolong dalam kelompok ini adalah: *Apparel and OtherTextile Products, Plastics and Glass Products, Metal and Allied Products, Whole Sale and Retail Trade, ' Credit Agencies Other than Bank, Securities, Insurances.* Pada kelompok ini diduga kemungkinan tidak signifikannya hubungan intelektual kapital ini lebih disebabkan oleh minimnya (20 kebawah) jumlah populasi yang diolah dalam program. Pada kelompok ini diduga kemungkinan tidak signifikannya hubungan intelektual kapital ini lebih disebabkan oleh minimnya (20 kebawah) jumlah populasi yang diolah dalam program. Sebab lainnya adalah beberapa kelompok industri yang menurut dugaan

Gambar 5.6

**Proporsi Hasil Penelitian yang Signifikan (S), Tidak Signifikan (TS)  
Berdasarkan Jumlah Perusahaan Per-Kelompok Industri**



.sangat terkait dengan intelektual kapital, misalnya untuk *Textile Mill Products, Lumber and Wood Products, Paper and Allied Products, Chemical and allied Products, Adhesive, Stone, Clay, Glass and Concrete Products, Electronic and Office Equipment, Photographic Equipment, Pharmaceuticals, Consumer Goods, Transportaion Service, Hotel and Travel Service, Apparel and OtherTextile Products, Plastics and Glass Products, Metal and Allied Products, Credit Agencies Other than Bank, Securities, Insurances* namun diduga industri-industri tersebut bekerja pada tahap hilir dari rangkaian proses produksi, sehingga tidak terlalu dibutuhkan investasi yang tinggi di bidang intelektual kapital.

Kondisi ini secara makro tidak terlalu menguntungkan bagi perkembangan perkonomian. Sebab bila industri yang nota bene adalah penopang devisa, khususnya yang berorientasi ekspor, hanya bergerak di bagian hilir saja, dan tidak menyentuh bagian hulu, maka *value added* tidak akan terjadi didalam negeri, sehingga pada gilirannya menjadi busung ketika harus dikorelasikan dengan perolehan devisa.

Untuk kelompok industri dengan anggota sub-populasi 20 (dua puluh) keatas ternyata hanya 1 kelompok atau ekivalen dengan 5%. Industri tersebut adalah *food and beverages*. Menarik untuk dikaji lebih lanjut, dari sisi jumlah industri ini cukup memadai untuk diuji dengan program SPSS. Namun hasilnya menolak hubungan antara intelektual kapital dengan kinerja. Artinya pada kelompok ini, variabel intelektual kapital bukan variabel yang berpengaruh terhadap kinerja. Alasan yang dapat diungkapkan antara lain pada industri ini, lebih mengembangkan pengelolaan makanan dengan standar produksi sederhana, bukan canggih (*sophisticated*). Hal ini wajar, sebab standar yang canggih lebih irit khususnya dalam menggunakan sumberdaya manusia. Padahal kondisi di Indonesia dihadapkan pada melubernya jumlah tenaga kerja dan melambungnya jumlah pengangguran. Oleh karenanya industri turut diminta untuk membantu mengurangi beban yang harus ditanggung dengan menggunakan teknologi madya. Tehnologi ini lebih banyak menyerap tenaga kerja atau padat karya (*human intensive*) dibandingkan dengan teknologi canggih yang lebih padat modal (*capital intensive*).



### 5.3.4. Hasil Hipotesis yang Signifikan

Berdasarkan hasil pemetaan (*mapping*) yang telah dilakukan, maka terdapat 9 kelompok atau ekuivalen dengan 25,71% kelompok perusahaan yang gagal diolah. Kelompok perusahaan dirangkum dalam Tabel 5.5

Tabel 5.5

**Hasil *Print-out* Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja pada Perusahaan yang *Go Public* di BEI Berdasarkan Kelompok Industri yang Signifikan**

Kelompok Industri	Beta	T	Sig.	R	R <sup>2</sup>	Hasil
A. Agriculture, Forestry and Fishing (7)	0.85	3.66	0.02	.853(a)	0.73	S
C. Mining and Mining Service ( 11 )	0.67	2.38	0.05	.668(a)	0.45	S
E. Manufacturing						
10. Cement ( 3 )	1.00	30.52	0.02	.999(a)	1.00	S
15. Cable ( 6 )	0.91	4.38	0.01	.910(a)	0.83	S
17. Automotive and Allied Products	0.70	3.67	0.00	.700(a)	0.49	S
I. Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance & Real Estate						
1. Banking ( 23 )	0.71	4.43	0.00	.713(a)	0.51	S
5. Real Estate and Property ( 38 )	0.45	2.91	0.01	.452(a)	0.20	S
K. Holding & Other Invest. Companies						
K. Holding & Other Invest. Companies	1.00	37.88	0.02	1.000(a)	1.00	S
L. Others ( 20 )	0.59	2.55	0.03	.593(a)	0.35	S

Sumber: Hasil *Print-out* perhitungan dengan Software SPSS Ver.11.5, diolah kembali

Memperhatikan Tabel 5.4 diatas, maka dapat dilihat bahwa terdapat 9 (sembilan) kelompok. Selain itu, dilakukan reklasifikasi dengan cara menggabung sub-kelompok ke dalam kelompok. Hasil yang diperoleh dari pengujian terhadap

seluruh perusahaan yang berjumlah 271 atau semua anggota populasi diuji secara bersama, hasilnya menunjukkan signifikan. Langkah kedua, seluruh anggota kelompok perusahaan manufaktur yang berjumlah 150 (seratus lima puluh) perusahaan diuji secara bersama-sama dan hasilnya signifikan. Langkah ketiga, untuk semua kelompok perbankan, lembaga kredit non bank, sekuritas, asuransi, dan real estate (*Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance & Real Estate*) yang berjumlah 98 perusahaan, ternyata menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Ringkasan hasil ini bisa dilihat pada Tabel 5.5.

Tabel 5.6

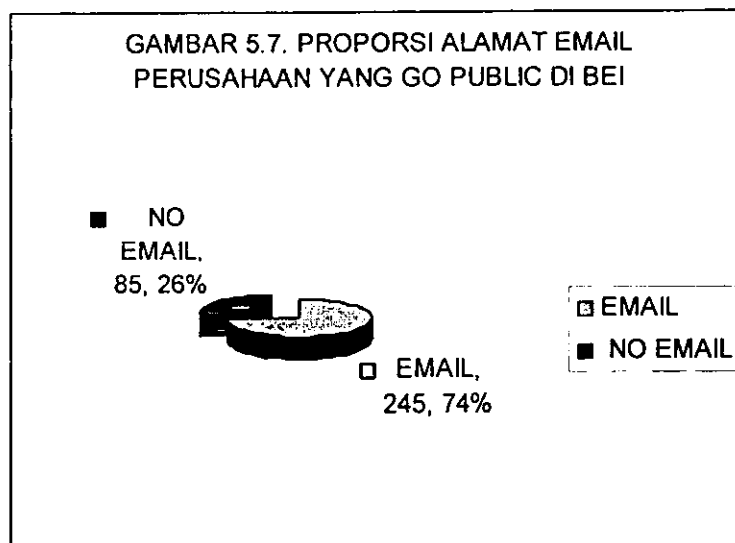
**Gradasi Besarnya Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja pada Perusahaan yang *Go Public* di BEI Berdasarkan Kelompok Industri**

Gradasi	Kelompok Industri	R
1	N. Semua Manufacturing (150)	.277
2	M. Semua Populasi (271)	.278
3	I. 5. Real Estate and Property ( 38 )	.452
4	L. Others ( 20 )	.593
5	C. Mining and Mining Service ( 11 )	.668
6	E.17. Automotive and Allied Products ( 19 )	.700
7	I. 1. Banking ( 23 )	.713
8	A. Agriculture, Forestry and Fishing (7)	.853
9	E. 15. Cable ( 6 )	.910
10	E. 10. Cement ( 3 )	.999
11	K. Holding and Other Investment Companies ( 3 )	1.000

Sumber: Hasil *Print-out* perhitungan dengan *Software SPSS Ver.11.5*, diolah kembali

Dengan hasil tambahan ini, maka secara keseluruhan terdapat 11 (sebelas) kelompok yang signifikan. Selanjutnya dapat dilihat besaran pengaruh yang diurut

menurut tingkatannya (gradasinya) yang disusun mulai level terendah sampai dengan tertinggi, sehingga semakin tinggi peringkatnya menunjukkan tingkat pengaruh yang semakin besar. Hasil susunan tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.6. Daftar kelompok perusahaan yang tampak pada tabel tersebut menggambarkan pola dari sebaran pengaruh intelektual kapital terhadap kinerja perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia.



#### **5.4. Analisis Hasil Penelitian dari Upaya yang Dilakukan di Lapangan pada Penelitian Tahun Kedua**

##### **5.4.1. Analisis Hasil Email Pertama**

Berdasarkan data dari *Indonesian Capital Market Directory*, 2005, terdapat 330 perusahaan yang go publik di Indonesia. Dari data tersebut, data email yang diperoleh dari laporan website masing-masing perusahaan adalah 245 email, atau

sekitar 84,24%. Sisanya sebanyak 85 perusahaan atau sekitar 25,86% tidak ditemukan emailnya, gambar 5.7. Nama-nama perusahaan dengan alamat email lengkap dapat dilihat pada lampiran 6.

**Tabel 5.7**  
**Kronologis Pengiriman Email**

Tanggal	Jumlah Email		Level Partisipan
	Yang dikirim	Yang menjawab	
2 – 6 Juni 2008	245 pucuk	1 pucuk	0,41 %
16 – 20 Juni 2008	245 pucuk	0 pucuk	0,00 %
1 – 4 Juli 2008	245 pucuk	0 pucuk	0,00 %

Sumber: Data yang diolah

Pada tanggal 2-6 juni 2008 dikirimkan email serentak kepada 245 perusahaan. Alamat email ini diambil dari *Indonesia Stock Exchange (JSX, 2006)* secara *on line*. Isi email berupa 3 hal sebagai berikut

- (1) email tentang kesediaan untuk menjadi partisipan (Lampiran 1)
- (2) email tentang “kuesioner awal” sebagai bahan pertimbangan (Lampiran 2)
- (3) email tentang “sekilas intelektual kapital”, berisi pengertian intelektual kapital sebagai bahan diskusi (Lampiran 3)

Email ditujukan kepada manajer sumber daya manusia, akuntan internal, kontroler. Proses pengiriman sampai tuntas memakan waktu sekitar 3 hari kerja. Selanjutnya, dilakukan prosedur rutin, setiap hari email dibuka sampai kurang lebih seminggu. Dari seluruh email yang terkirim, ternyata hanya ada satu respon, email balasan yang menyebutkan bahwa kuesioner tersebut salah kirim dan telah *diforward* kepada yang

bersangkutan. Pemantauan terus dilakukan hingga 2 minggu, namun email tak kunjung dibalas. Dengan demikian tingkat *respon rate* adalah 0,41%.

#### 5.4.2. Analisis Hasil Email Kedua dan Email Ketiga

Memperhatikan hasil email yang pertama, dan tidak ada balasan. Dua minggu kemudian, antara tanggal 16-20 Juni 2008, email dikirimkan kembali. Pada waktu mengirimkan email yang kedua, ditanyakan tentang apakah perusahaan tersebut telah menerima email sebelumnya? Sambil mengirim kembali email yang sama. Langkah selanjutnya ditunggu sampai dengan 2 minggu, ternyata tak ada respon. Selanjutnya, selang dua minggu, sekitar tanggal 1-4 Juli 2008, pengiriman ulang email yang ketiga kalinya. Ternyata yang ini pun tak ada respon. Sampai dengan laporan penelitian ini dibuatpun tak ada respon. Ada beberapa dugaan yang menyebabkan hal ini terjadi: pertama, perusahaan mengabaikan penelitian. Kedua, para manajer lebih sering menggunakan email pribadi dibandingkan email corporate. Ketiga, tidak ada penjaga gawang email secara khusus yang tugasnya memforward atau menindak lanjuti hal-hal yang terkait dengan perusahaan. Keempat, para pimpinan di perusahaan lebih mengutamakan hubungan personal, bukan hubungan corporate. Kelima, *website* tidak aktif. Kebetulan penelitian ini tidak meneliti hal-hal demikian, sehingga ini merupakan hal yang menarik untuk di kaji, mengapa hal ini bisa terjadi.

### 5.4.3. Analisis Hasil dari Penelusuran Melalui Alumni

Mengingat pentingnya data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penelitian ini tidak hanya mengandalkan 1 sumber saja dari email di website yang *on line* di [www.jsx.com](http://www.jsx.com) saja tetapi juga digunakan alternatif dengan melakukan penelusuran melalui alumni. Dari sana diperoleh data tentang beberapa alumni yang berkerja pada perusahaan yang go publik dan menduduki posisi seperti yang dimaksud dalam penelitian ini. Langkah berikutnya mencoba menemukan nomer *phone celuler* yang dimiliki. Selanjutnya dimulailah wawancara baik melalui *phone cell*, maupun email pribadi yang bersangkutan.

### 5.4.4. Analisis Hasil Wawancara

#### 5.4.4.a. Analisis hasil wawancara dengan partisipan di perusahaan pakan ternak

Partisipan disini adalah alumni Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga (selanjutnya disebut FE Unair). Beliau bekerja disana rata-rata diatas 10 tahun. Posisinya saat ini adalah Manajer Akuntansi dan Sistem Informasi. Sayangnya, beliau berkeberatan untuk disebutkan identitasnya maupun identitas perusahaannya. Wawancara dilakukan melalui telepon seluler (*phonecell*). Telepon dilakukan lebih dari 8 kali. Mulai mengingatkan kembali tentang masa bersama-sama di FE Unair, sampai dengan janji untuk ngobrol. Wawancara dilakukan sangat akrab dengan bahasa campuran *suroboyoan* dan bahasa Indonesia. Hasil transkrip di lampiran 8a.

Beberapa hasil wawancara yang terkait dengan intelektual kapital akan diuraikan disini. Pada saat peneliti mengajukan pertanyaan tentang apakah beliau pernah mendengar istilah intelektual kapital, jawabannya menunjukkan keraguan, ia tidak menjawab secara pasti tentang intelektual kapital. Dibawah ini akan ditranskripsikan jawaban partisipan. Jawaban ini dibuat 2 tahap, transkrip pertama menggambarkan maksud partisipan yang telah diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia. Transkrip kedua, ditulis mengikuti bahasa tutur, artinya menggunakan penuturan asli partisipan. Urutan ini terus digunakan untuk menggambarkan hasil wawancara dengan para partisipan dalam laporan penelitian ini.

“Saya tidak tau, tetapi setelah membaca email, saya menganggap intelektual kapital itu seperti akuntansi sumber daya manusia. Begini, saya bekerja di bagian akuntansi, sehingga tidak berhubungan langsung dengan bagian itu, barangkali hal itu diurus oleh kantor pusat. Tapi secara garis besar, di perusahaan saya itu ada bonus, ada perhitungan lembur dan lain-lain yang mempertimbangkan kondisi sdm (sumber daya manusia), termasuk kesempatan cuti, untuk karyawan. Tapi tidak secara spesifik disebut sebagai intelektual kapital. Jadi apresiasi terhadap karyawan itu ada, ada, bentuknya juga macam-macam, termasuk bentuk-bentuk skors juga ada”.

*“Enggak, ha.....ha..... gak gaul yo. Emm tapi bareng aku moco, iku koyok akuntansi sumber daya manusia ta? Awak-awak pas kuliah gak oleh se dadi yo gak ero ha.....ha. Ngene-ngene, akukan bagian akuntansi dadi tidak tersangkut langsung dengan persoalan “itu”, mungkin wong pusat yo sing ero). Tapi secara garis besar, di perusahaar saya itu ada bonus, ada perhitungan lembur dan lain-lain yang mempertimbangkan kondisi sdn, termasuk kesempatan cuti, untuk karyawan. Tapi tidak secara spesifik disebut sebagai intelektual kapital. Jadi apresiasi terhadap karyawan itu ada, ada, bentuknya juga macem-macem, termasuk bentuk-bentuk skors barang, onok”. (lampiran 8a)*

Uraian diatas menggambarkan, bahwa pada perusahaan pakan ternak tersebut telah ada apresiasi terhadap sumber daya manusia. Tidak hanya *reward* tetapi juga *punishment*, hal ini dapat dilihat pada penggalan kalimat ini ( .....bentuk-bentuk skors juga ada.). Selain ada bonus, ternyata karyawan juga diberikan hak untuk cuti, dengan demikian perusahaan ini telah melakukan penghargaan terhadap para karyawannya.

Selain itu, pertanyaan mengarah pada hal-hal yang terkait dengan pemberdayaan karyawan. Berikut ini cuplikan transkrip wawancara dari lampiran 8a.

PERTANYAAN: .....apakah ada bentuk pelatihan untuk meningkatkan wawasan karyawan, atau memberikan kesempatan kepada karyawan untuk studi lanjut? Apakah karyawan di tempatkan sesuai dengan kemampuan mereka? Apakah ada evaluasi terhadap pelatihan-pelatihan yang dilakukan?.....(pertanyaan dalam wawancara yang telah dimampatkan)

JAWABAN: “Ya diperusahaan kami ada kesempatan untuk sekolah ke jenjang yang lebih tinggi, namun hal ini disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Namun perusahaan lebih sering mengadakan pelatihan. Setiap karyawan diupayakan untuk ditempatkan sesuai dengan kemampuannya. Selain itu, perusahaan juga melakukan evaluasi terhadap pelatihan yang ada”.

“Ya, pasti-pasti, itu ada. Kalo menyekolahkan, itu sesuai dengan kebutuhan, tapi yang lebih sering ya pelatihan itu”.

“*Mestine iyo, kan setiap ada placement, mereka itu dites, onok psikolog-e barang kok*”.

“Ya, pasti. Semua pelatihan di evaluasi, termasuk instrukturnya. Sering juga diadakan *in house training*”. (lampiran 8a)

Dari terjemahan ke dalam bahasa Indonesia, dapat diketahui bahwa pada perusahaan pakan ternak ini ada pelatihan-pelatihan, ada evaluasi terhadap pelatihan



yang dilakukan. Selain itu, perusahaan telah menggunakan psikolog untuk melakukan penempatan karyawan. Selain itu juga ditanyakan tentang jenis-jenis asuransi yang dimiliki karyawan, kemudian tunjangan hari tua, atau asuransi dana pensiun bagi karyawan. Ternyata pada perusahaan ini lebih mengutamakan hal-hal yang telah digariskan oleh pemerintah, misal ketentuan tentang upah minimum bagi karyawan (UMR), asuransi, peraturan SPI, dan sebagainya. Tidak ada program khusus yang disediakan oleh perusahaan.

**Tabel 5.8**  
**Data Deskriptif Partisipan**

1	Nama partisipan	A	B	C
2	Jenis kelamin	Lk	Pr	Lk
3	Pendidikan terakhir	S1	S1	S1
4	Usia saat ini	47	45	45
5	Jabatan di perusahaan	Dir. Ut Kacab	AssDir. Keu	Dir.SDM Kacab
6	Status pernikahan	Menikah	Menikah	Menikah

Sumber: Lampiran 8b diolah kembali

#### 5.4.4.b. Analisis hasil wawancara dengan para partisipan

Ada 3 partisipan yang bersedia mengisi kuesioner melalui email pribadi. Namun ketiga partisipan tersebut keberatan untuk diungkap jati dirinya. Rangkuman hasil kuesioner ditabulasikan pada lampiran 8b. Para partisipan terdiri dari 2 orang laki-laki dan 1 orang perempuan. Usia mereka pada kisaran 45 – 47 tahun. Hasil deskripsi partisipan dirangkum dalam tabel 5.7. Pada bagian ini tidak dikutipkan dalam bahasa tutur, seperti pada uraian sebelumnya, namun akan disampaikan maknanya saja.

Butir kuesioner ke 10, 11, 12 dan 13 berturut-turut tentang 'Pengeluaran total dalam sebulan', 'Pengeluaran untuk rekreasi', 'Pengeluaran untuk pendidikan', dan 'Pengeluaran untuk olah raga', dimaksudkan untuk memahami tentang pentingnya implementasi intelektual kapital dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini bisa dilihat dari proporsi yang digunakan untuk rekreasi dan olah raga. Dimana dua aktivitas tersebut menggambarkan 'keseimbangan' dalam membelanjakan uang untuk mendapatkan kebugaran fisik yang pada gilirannya diharapkan mampu meningkatkan atau mempertahankan kemampuan intelektual. Akan tetapi baik dari kuesioner, maupun hasil wawancara, tidak dapat menemukan hal itu, karena ketiga responden enggan menceritakannya

Ketiga partisipan ternyata mengikuti asuransi (lampiran 8b, jawaban butir 14) dan asuransi yang diminati adalah asuransi pendidikan dan kesehatan (lampiran 8b, jawaban butir 15). Artinya para partisipan memandang pentingnya arti pendidikan bagi putra-putrinya dan kesehatan bagi keluarganya. Hal ini secara implisit mendukung pemahaman intelektual kapital dalam kehidupan sehari-hari. Asuransi sebenarnya juga merupakan bentuk investasi. Lebih lanjut pertanyaan tentang investasi dipasar modal, ternyata hanya 1 partisipan yang terang-terangan menjawab ya, sedang lainnya menyatakan tidak, dan satu lagi tidak menjawab (lampiran 8b, jawaban butir 16). Begitu juga tentang pertanyaan tentang surat berharga yang diminati (lampiran 8b, jawaban butir 17), tidak satupun partisipan menjawab. Kadang orang asia termasuk Indonesia, sering merasa rikuh bila bicara tentang "harta". Ditinjau dari sisi jenis investasi yang menarik (lampiran 8b, jawaban butir 18), 2

responden lebih tertarik pada investasi konvensional, seperti tanah dan logam mulia, sedangkan satu partisipan lainnya lagi-lagi tidak menjawab.

Untuk pertanyaan yang terkait dengan bank untuk kepentingan pribadi (lampiran 8b, jawaban butir 19, maka 1 partisipan hanya senang menggunakan bank negara, hal ini karena trauma terhadap gonjang-ganjing perbankan yang menyebabkan bank swasta di BTO (*bank take over*) maupun yang dibekukan). Dua partisipan lainnya menggunakan semua bank, termasuk bank asing. Untuk kepentingan perusahaan (lampiran 8b, jawaban butir 20), ketiga partisipan menggunakan bank Indonesia dan bank asing.

Semua partisipan memiliki persiapan dalam menghadapi purnatugas (pensiun) (lampiran 8b, jawaban butir 21, 22, 23). Bentuk persiapannya mulai dari mengikuti program perusahaan sampai dengan asuransi. Dalam masa pensiun mereka lebih suka tinggal di rumah pribadi.

## **5.5. Pembahasan Hasil Wawancara dengan Para Partisipan**

### **5.5.1. Pembahasan Hasil Wawancara Terkait dengan Pribadi Partisipan (Data Deskriptif Partisipan)**

Berdasarkan analisis hasil wawancara pada uraian sebelumnya, maka para partisipan pada dasarnya telah memahami makna intelektual kapital dalam kehidupan sehari-hari, meskipun ia sendiri tidak menyadarinya. Meskipun tidak bisa ditelusur dari pengeluaran yang dilakukan, namun kelemahan ini dapat dieliminasi melalui keikutsertaan mereka dalam asuransi pendidikan dan kesehatan. Selain itu, mereka

juga telah berinvestasi dipasar modal. Hal yang relatif membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang pasar modal. Dua orang partisipan lebih tertarik pada investasi pada tanah dan emas, hal ini menunjukkan bahwa mereka lebih tertarik pada investasi klasik. Sebab jenis investasi ini relatif aman dibandingkan dengan investasi di pasar modal. Hal ini didorong oleh tingkat risiko yang rendah pada investasi konvensional. Satu partisipan tidak menjawab tentang investasi, bisa jadi ia telah memiliki investasi modern termasuk pada investasi derivatif. Persepsi peneliti disini dikaitkan dengan bank pribadi yang menjadi kepercayaannya, ia memasukkan bank asing. Pada umumnya, investasi modern membutuhkan "kepercayaan" sebagai investor, misal adanya bank garansi dari bank yang memiliki jaringan internasional dan bisa diterima diseluruh dunia. Sebab investasi modern tidak mengenal batas negara. Semua transaksi bisa dilakukan *on line*, sehingga dibutuhkan persyaratan-persyaratan yang relatif banyak, diantaranya kecukupan modal dan jaminan dari bank dengan reputasi tertentu.

Semua partisipan ternyata memiliki persiapan dalam menghadapi purnatugas (pensiun) bentuk persiapannya mulai dari mengikuti program perusahaan sampai dengan asuransi. Dalam masa pensiun mereka lebih suka tinggal dirumah pribadi dibandingkan di rumah jompo (panti wredha). Ini juga khas orang Asia. Pada umumnya, keluarga di Asia, menempatkan para lansia (lanjut usia) atau usil (usia lanjut), dirumah-rumah pribadi yang hidup bersama keluarga anaknya. Mereka lebih nyaman dengan hidup bersama keluarga (sedarah), dibandingkan dengan hidup

bersama orang lain yang senasib (sesama lansia). Keluarga dipandang lebih nyaman dan dipercaya dapat membantu hal-hal yang terkait dengan kondisi lansia.

### **5.5.2. Pembahasan Hasil Wawancara Terkait dengan Pemahaman Partisipan terhadap Intelektual Kapital**

Ketiga partisipan mengaku pernah mendengar istilah intelektual kapital, meskipun mereka memiliki pengertian yang berbeda-beda, pada umumnya mereka memahami sebagai kemampuan intelektual, bukan yang terkait dengan aset perusahaan. Partisipan pertama (A) menganggap bahwa intelektual kapital “merupakan intelegensia seseorang untuk beradaptasi di lingkungan kerja”. Partisipan kedua (B) mengatakah bahwa “Modal intelektual, terkait dengan sumberdaya manusia”, sedangkan partisipan ketiga (C) menyatakan bahwa, “Kecerdasan yang dimiliki oleh sumber daya (manusia) di perushaaan, yang harus dikelola dengan sebaik-baiknya untuk kepentingan perusahaan”. Berdasarkan pengertian yang disampaikan, tampaknya pemahaman yang paling sesuai adalah yang disampaikan oleh partisipan C.

Para partisipan menilai bahwa komponen yang paling penting dalam menjalankan bisnis adalah uang, sedangkan manusia menjadi faktor yang kedua, demikian juga *networking* menduduki posisi ke empat. Hal ini berarti ketiga partisipan masih menggunakan paradigma lama, dimana uang merupakan hal yang paling penting dalam bisnis, bukan manusia. Melihat hal ini, tampaknya ada yang inconsistent dari apa yang diungkapkan partisipan C sebelumnya. Mungkin waktu menjawab tentang pemahaman intelektual kapital, C telah membaca email yang kami

kiriman, namun ketika menuju pertanyaan lebih lanjut, C menunjukkan bahwa uang adalah lebih penting. Dalam paradigma yang baru seharusnya faktor (produksi) manusia menduduki peringkat paling penting, disusul oleh *networking*, barulah uang. Sebab, bila perusahaan memiliki modal manusia yang baik dan *networking* yang luas, maka pada gilirannya uang akan mengalir kedalam perusahaan.

Kebaikannya, seluruh partisipan menganggap bahwa pelatihan bagi para karyawan sangat penting terutama untuk meningkatkan produktifitas mereka. Pada umumnya perusahaan telah menganggarkan secara khusus untuk pelatihan ini. Selain itu setiap pelatihan selalu dilakukan evaluasi, namun mereka tidak bersedia menjawab pertanyaan tentang jumlah anggaran yang dikeluarkan untuk melakukan pelatihan, walaupun dalam bentuk proporsi. Dalam hal asuransi terhadap karyawan, diperusahaan memang menganggarkan asuransi untuk mereka, tapi sejauh yang diwajibkan oleh pemerintah. Dalam hal ini bisa dilihat bahwa karyawan bukan merupakan aset yang penting. Keamanan mereka hanya dijamin sesuai dengan peraturan pemerintah saja.

Bentuk *reward* finansial yang diberikan kepada para manajer, semua partisipan menyebutkan dalam bentuk bonus dan komisi. Untuk *reward* non-finansial yang diberikan kepada para manajer lebih banyak berupa mobil dan asuransi kesehatan. Hanya satu partisipan yang menjawab selain kedua imbalan diatas masih memperoleh rumah dinas dan iuran klub olah raga.

Ketiga partisipan menganggap bahwa pelanggan adalah aset yang sangat penting bagi perusahaan. Pertanyaan ini didukung oleh jawaban mereka bahwa

perusahaan telah memiliki *customer service, hotline* untuk pelanggan dengan nomor bebas pulsa dan siap melayani selama 24 jam sehari. Selain itu, mereka menempatkan petugas khusus untuk menjawab keluhan-keluhan konsumen. Petugas ini diberi beban untuk mencatat keluhan pelanggan dan mencatat pula solusi apa yang telah diberikan kepada pelanggan yang bersangkutan. Selain itu mereka juga menyatakan bahwa ada evaluasi terhadap petugas khusus tersebut. Evaluasi dilakukan oleh bagian marketing perusahaan. Tentang jumlah rata-rata keluhan, prosentase yang dapat ditangani partisipan tidak bisa menjawab. Hal ini wajar, sebab menurut mereka, data detail seperti itu ada di bagian marketing.

### **5.5.3. Pembahasan Hasil Wawancara Terkait dengan Hubungan antara Hasil Penelitian Tahun Pertama dengan Tahun Kedua**

Memperhatikan hasil penelitian pada tahun pertama yang telah dilakukan, yang berupa pemetaan (*mapping*) atas implementasi intelektual kapital pada sub-kelompok, kelompok industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil pemetaan menunjukkan bahwa industri tersebut dapat dikelompokkan ke dalam 3 katagori. Dalam Tabel 5.9 dapat dilihat bahwa, kelompok industri yang sukses mengimplementasikan intelektual kapital sebanyak 9 (sembilan) kelompok atau sebesar 25,71%. Perusahaan yang gagal (tidak dapat diuji) sebanyak 2 (dua) kelompok atau 5,71%. Terakhir, perusahaan yang tidak sesuai atau menolak hipotesis sebanyak 24 (dua puluh empat) atau sebesar 68,57%.

**Tabel 5.9**  
**Hasil Implementasi Intelektual Kapital**  
**Berdasarkan Hipotesis Penelitian Pada Tahun Pertama**

No	Implementasi Intelektual Kapital	Prosentase Jumlah kelompok perusahaan
1	Intelektual kapital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang go publik di Eursa Efek Indonesia (BEI)	25,71%
2	Tidak dapat diolah yang disebabkan jumlah sampel yang terlalu kecil	5,71%
3	Intelektual kapital tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang go publik di Bursa Efek Indonesia (BEI)	68,57%
		100,00%

Sumber: Hasil pengolahan statistik pada tahun pertama, diolah kembali

Berdasarkan gambaran yang dihasilkan oleh pemetaan implementasi intelektual kapital pada perusahaan yang go publik pada Tabel 5.9 diatas menunjukkan bahwa hanya sekitar 25% perusahaan yang telah mengimplementasikan intelektual kapital yang digambarkan oleh penerimaan hipotesis penelitian. Hal ini berarti, setiap 4 perusahaan, hanya ada 1 perusahaan yang telah mengimplementasikannya. Apalagi bila dihubungkan dengan tingkat *responrate* untuk email yang tertera pada *website on line* adalah nol. Tampaknya perusahaan tidak memperhatikan email mereka. Bisa jadi hanya email tertentu yang ditanggapi, sedangkan email yang terkait dengan riset, kurang ditanggapi. Hal ini tentunya akan menyulitkan para peneliti yang tidak memiliki akses dengan perusahaan. Perusahaan tampaknya lebih memperhatikan hubungan personal. Dari sisi profesionalisme, hal ini sangat tidak sehat. Sebab hal ini bisa diartikan bahwa perusahaan tidak “care”



terhadap riset. Hal ini menjadi temuan penting, mengingat sebenarnya perlu hubungan yang erat antara perguruan tinggi dengan perusahaan (*link and mach*). Apakah hal ini mengindikasikan bahwa, bagi perusahaan riset di perguruan tinggi belum memberikan manfaat secara langsung, sedangkan bagi perguruan tinggi, sasaran penelitian lebih kepada temuan intelektual, belum membumi.

Hasil wawancara mendalam terhadap ketiga partisipan mengindikasikan bahwa, istilah intelektual kapital bagi mereka merupakan hal baru (tidak secara spesifik memahaminya). Mereka mendefinisikan berdasarkan hasil rekaan dari istilah yang didengarnya. Bukti lain mengindikasikan bahwa, secara umum uang adalah unsur yang paling penting dalam menjalankan bisnis, bukan manusianya. Meskipun disisi lain mereka masih menganggap pentingnya pelatihan bagi para karyawan dan menganggarkan secara khusus untuk kegiatan tersebut. Namun pelatihan lebih ditujukan agar perusahaan tidak mengalami kerugian dalam bisnisnya. Bukan untuk memberdayakan karyawan yang pada gilirannya akan mendorong perusahaan untuk berkinerja lebih baik.

Penghargaan perusahaan pada karyawan pada sisi keamanan yang ditunjukkan dengan keikutsertaan pada asuransi lebih ditujukan karena sebuah persyaratan yang diwajibkan oleh pemerintah. Bisa jadi, bila peraturan itu tidak ada, maka perusahaan tidak akan mengasuransikan karyawannya. Hal ini semakin menguatkan dugaan bahwa karyawan bukanlah sebuah aset perusahaan, melainkan lebih bermakna sebagai mesin penghasil uang bagi perusahaan. Khusus bagi karyawan dalam level manajer, perusahaan lebih tertarik memberikan imbalan tambahan berupa uang tunai

dengan berbagai bentuk (bonus, komisi, dan lainnya). Penghargaan ini mungkin dianggap lebih mudah, dan sifatnya sangat fleksibel. Sisi positif dari hasil penelitian ini adalah bahwa semua partisipan menganggap bahwa pelanggan adalah aset yang sangat penting bagi perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh ketersediaan *customer service, hotline* untuk pelanggan dengan nomor bebas pulsa dan siap melayani selama 24 jam sehari.

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini merupakan penelitian tahun kedua. Oleh karenanya akan ditampilkan kesimpulan tahun pertama, dan dilanjutkan oleh kesimpulan tahun kedua. Tujuannya adalah untuk melihat keterkaitan antara tahun pertama dengan tahun kedua. Pada tahun pertama, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik. Pada tahun kedua, lebih bersifat kualitatif dengan mengandalkan penuturan dari beberapa responden.

#### 6.1. KESIMPULAN (TAHUN PERTAMA)

- 1) a. Pada kelompok industri manufaktur (*manufacturing*) sebanyak 20 (dua puluh) kelompok perusahaan, dapat disimpulkan bahwa 3 (tiga) sub-kelompok perusahaan menunjukkan mendukung hipotesis bahwa: Intelektual kapital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Masing-masing perusahaan tersebut adalah sub-kelompok *cement, cable, automotive and allied products*. Pada 17 (tujuh belas) sub-kelompok yang lainnya, yaitu: *food and beverage; tobacco manufacturing; textile mill products; apparel and other textile product; lumber and wood product; paper and allied product; chemical and allied product; adhesive, plastics and glass product; metal and allied product; fabricated metal product;*

*stone, clay, glass and concentrate product; machinery; electronic and office equipment; photographic equipment; pharmaceuticals; and consumer goods*, ternyata intelektual kapital tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

- b. Pada kelompok industri perbankan, agen kredit bukan bank, sekuritas, asuransi dan perusamahan (*Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance & Real Estate*) sebanyak 5 (lima) kelompok perusahaan, dapat disimpulkan bahwa 2 (dua) sub-kelompok perusahaan menunjukkan mendukung hipotesis bahwa: Intelektual kapital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Masing-masing perusahaan tersebut adalah sub-kelompok *banking* dan *real estate and property*. Untuk 3 (tiga) sub-kelompok lainnya, yaitu *Credit Agencies, Securities, Insurance* ternyata intelektual kapital tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
- 2) Menurut kelompok industri yang berjumlah 11 (sebelas) kelompok perusahaan, dapat disimpulkan bahwa 2 (dua) kelompok perusahaan tidak dapat diolah, karena kurangnya sampel, kelompok perusahaan tersebut adalah konstruksi dan komunikasi (*construction and communication*). Empat perusahaan lainnya menunjukkan mendukung hipotesis bahwa: Intelektual kapital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan tersebut adalah *agriculture, forestry and fishing; mining and mining service; holding and other invest companies; and others*. Selanjutnya, 5 (lima) perusahaan menolak

hipotesis, masing-masing perusahaan tersebut adalah *Animal Feed and Husbandry; Transportaion Service; Whole Sale and Retail Trade; Semua Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance & Real Estate; dan Hotel and Travel Service* sehingga kesimpulannya intelektual kapital tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

- 3) Untuk semua populasi, yaitu menggabungkan semua kelompok dan sub-sub kelompok untuk diolah bersama, ternyata mendukung hipotesis penelitian bahwa intelektual kapital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan gabungan kelompok industri pada perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia.
- 4) Dengan memperhatikan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dilakukan pemetaan (*mapping*) atas implementasi intelektual kapital pada sub-kelompok, kelompok industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa industri tersebut dapat dikelompokkan ke dalam 3 katagori. Kelompok industri yang sukses mengimplementasikan intelektual kapital sebanyak 9 (sembilan) kelompok atau sebesar 25,71%. Perusahaan yang gagal sebanyak 2 (dua) kelompok atau 5,71%. Terakhir, perusahaan yang tidak sesuai atau menolak hipotesis sebanyak 24 (dua puluh empat) atau sebesar 68,57%.

## 6.2. KESIMPULAN (TAHUN KEDUA)

Jumlah partisipan dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) orang, semuanya tidak bersedia untuk disebutkan nama maupun identitas perusahaannya. Tingkat *responrate* untuk email yang tertera pada *website on line* adalah nol, sehingga sangat sulit untuk memperoleh data kecuali ada hubungan personal. Pada umumnya perusahaan telah mengimplementasikan intelektual kapital, namun belum menyebutkan secara eksplisit. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil wawancara adalah:

- 1) Pemahaman intelektual kapital oleh para manajer/ akuntan/ auditor internal pada perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia ternyata menunjukkan hasil sebagai berikut:
  - a) Ketiga partisipan mengaku pernah mendengar istilah intelektual kapital, meskipun mereka memiliki pengertian yang berbeda-beda, pada umumnya mereka memahami sebagai kemampuan intelektual, bukan yang terkait dengan aset perusahaan.
  - b) Para partisipan menilai bahwa komponen yang paling penting dalam menjalankan bisnis adalah uang, sedangkan manusia menjadi faktor yang kedua. Pelatihan bagi para karyawan sangat penting terutama untuk meningkatkan produktifitas mereka.
  - c) Pada umumnya perusahaan telah menganggarkan secara khusus untuk pelatihan.

- d) Perusahaan telah menganggarkan asuransi untuk karyawan sesuai dengan peraturan pemerintah. Bentuk *reward* finansial yang diberikan kepada para manajer, dalam bentuk bonus dan komisi.
  - e) Untuk *reward* non-finansial berupa mobil dan asuransi kesehatan. Hanya satu partisipan yang menjawab selain kedua imbalan diatas masih memperoleh rumah dinas dan iuran klub olah raga.
  - f) Ketiga partisipan menganggap bahwa pelanggan adalah aset yang sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan telah memiliki *customer service*, *hotline* untuk pelanggan dengan nomor bebas pulsa dan siap melayaniu selama 24 jam sehari.
- 2) Keterkaitan antara hasil penelitian tahun pertama dengan hasil penelitian tahun kedua bisa dilihat dari hasil pemetaan implementasi intelektual kapital pada perusahaan yang go publik, hanya sekitar 25% perusahaan yang telah mengimplementasikan intelektual kapital. Angka ini relatif rendah. Hal ini terbukti dari tingkat *responrate* untuk email yang nihil. Bukti lainnya adalah bahwa istilah intelektual kapital merupakan hal yang baru bagi manajer. Pada umumnya, uang lebih penting dibandingkan dengan manusia dalam bisnis. Begitu juga dalam hal penghargaan, perusahaan lebih sering memberikan dalam bentuk uang. Jadi pemahaman yang rendah terhadap intelektual kapital menyebabkan perusahaan tidak mampu mengimplementasikan dalam bisnisnya

### 6.3. SARAN

Sesuai dengan kenyataan dilapangan maka dalam penelitian tahun kedua ini memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Perlu segera dibangun hubungan yang lebih mendalam seperti program link and match antara perguruan tinggi dan perusahaan, sehingga tidak terjadi kesenjangan antara akademisi dengan praktisi.
- 2) Program tersebut harus dibuat dalam simbiosis mutualisme, sehingga dapat memberikan manfaat bagi keduaabelah pihak
- 3) Perlu segera dibangun hubungan yang lebih komprehensif, seperti misalnya konsep ABG (Academic, Business, and Goverment).



## DAFTAR PUSTAKA

- Belkoui, Ahmed Riahi. 2002. "Intellectual Capital and Firm Performance of U.S. Multinational Firms: A Study of the Resource-Based and Stakeholder views". <http://papers.ssrn.com>.
- Bontis, Nick. 1998. "Intellectual Capital: an Exploratory Study that Develops Measures and Models". *Management Decision*, 36/2, pp. 63-76.
- , William Chua Chong Keow, and Stanley Richardson. 2000. "Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 1 No. 1, pp. 85-100.
- Brennan, Niamh. 2001. "Reporting Intellectual Capital in Annual Reports: Evidence from Ireland". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 14 No. 4, pp. 423-436.
- Delios, Andrew and Paul W. Beamish. 2001. "Survival and Profitability: The Roles of Experience and Intangible Assets in Foreign Subsidiary Performance". *Academy of Management Journal*, Vol. 44 No. 5, pp. 1028-1038.
- Firer, Steven and S. Mitchell Williams. 2003. "Intellectual Capital and Traditional Measures of Corporate Performance". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4 No. 3, pp. 348-360.
- Hitt, Michael A. *et al.* 2001. "Direct and moderating Effects of human Capital on Strategy and Performance in Professional Service Firms: A Resource-Based Perspective". *Academy of Management Journal*, Vol. 44 No. 1, pp. 13-28.
- Indonesian Capital Market Directory 2005
- JSX (Jakarta Stock Exchange), 2006. Research and Development, on line
- Karp, Tom. 2003. "Is Intellectual Capitalism the Future Wealth of Organisations?". *Foresight*, Vol. 5 No. 4, pp. 20-27.
- Krogh, Georgh von and Johan Ross. 1995. "A Perspective on Knowledge, Competence and Strategy". *Personnel Review*, Vol.24 No. 3, pp. 56-76.

- Mavridis, Dimitrios G. 2004. "The Intellectual Capital performance of the Japanese banking Sector". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 1, pp. 92-115.
- McConnachie, Gordon. 1997. "The Management of Intellectual Assets: Delivering Value to the Business". *The Journal of Knowledge Management*, Vol. 1 No. 1, September, pp. 56-62.
- Muhajir, Noeng. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Nahapiet, Janine and Sumantra Ghosal. 1998. "Social Capital Intellectual Capital and the Organizational Advantage". *Academy of Management review*, Vol. 23 No. 22, pp. 242-256.
- Nieto, Mariano and Waldo Pérez. 2002. "A Firm's Assets as a Foundation for Strategy. Learning and the Grounds to Success". *The Learning Organization*, Vol. 9 No. 1, pp. 19-28.
- Pablos, Patricia Ordoñez. 2002. "Evidence of Intellectual Capital Measurement from Asia, Europe and the Middle East". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 3 No. 3, pp. 287-302.
- Peña, Iñaki. 2002. "Intellectual Capital and Business Start-Up Success". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 3 No. 2, pp. 180-198.
- Pulic, Ante and Manfred Bornemann. 1999. "The Physical and intellectual Capital of Austrian Bank". <http://www.measuring-ip.at>.
- Rodov, Irena and Philippe Leliaert. 2002. "FiMIAM: Financial Method of Intangible Assets Measurement". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 3 No. 3, pp. 323-336.
- Romli, Muhammad. 2002. "Pentingnya "Intellectual Capital" di Era Persaingan Bebas". *Media Akuntansi*, edisi: 25/April-Mei, hal. 62-65.
- Saputro, Julianto Agung. 2001. "Upaya Pengembangan Ukuran dan Pengungkapan Intellectual Capital dalam Laporan Keuangan". *Kajian Bisnis*, No. 22 Januari-April, hal. 45-56.
- Sekaran, Uma. 1992. *Research Methods for Business*. Second edition. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Society of Management Accountants Canada (SMAC). 1998. *The Measurement and Management of Intellectual Capital: An Introduction*. New York: IFAC.

- Stewart, Thomas A. 2002. *Modal Intelektual: Kekayaan Baru Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media komputindo.
- Usoff, Chaterine A., Jay C. Thibodeau, Priscilia Burnaby. 2002. "The Importance of Intellectual Capital and Its Effect on Perfomance Measurement Systems". *Managerial auditing Journal*, 17/1/2, pp. 9-15.
- Walker, Dana Charles. 2001. "Exploring the Human Capital Contribution to Productivity, Provitability, and the Market Evaluation of The Firm". [http://wwwlib.umi.com/dissertations/preview\\_all/3010003](http://wwwlib.umi.com/dissertations/preview_all/3010003).
- Warren, Carl S., James M. Reeve, and Philip E. Fess. 2005. *Accounting*, 21<sup>th</sup> Edition, Singapore: Thomson Learning
- Yin, Robert, 2002. *Case Study Research, Desaign and Method*. Terjemahan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

## LAMPIRAN 1

## PERMOHONAN UNTUK MENJADI PARTISIPAN

Kepada Yang Terhormat  
Bapak Ibu Manajer/Direktur/Akuntan Internal/Kontroler  
Pada Perusahaan .....  
Di Tempat

Saat ini kami sedang melaksanakan penelitian tentang implementasi intelektual kapital di perusahaan yang go publik di Bursa Efek Indonesia. Isu tentang implementasi intelektual kapital telah mengglobal. Di sinyalir, perusahaan-perusahaan kelas dunia yang mampu memenangkan persaingan, adalah mereka yang telah mampu mengapresiasi sumberdaya manusianya serta memahami dan telah mengimplementasikan intelektual kapital pada bisnisnya

Untuk itulah, kami tim peneliti ingin mengetahui, bagaimana peran intelektual kapital ini di Indonesia, khususnya pada perusahaan yang telah go publik. Mengingat implementasi serta metode-metode pengukurannya begitu luas, kedepan kami ingin menemukan "pola" yang paling sesuai untuk kondisi di Indonesia

Untuk melengkapi penelitian ini, maka dalam surat ini dilampirkan 3 (tiga) file yang dapat di *download*, yaitu:

- (1) Form kesediaan menjadi partisipan (nama file: ic-sedia)
- (2) Form kuesioner awal (nama file: ic-kues)
- (3) Sekilas tentang intelektual kapital (nama file: ic-kilas)

Kami sangat merahasiakan identitas Bapak/ibu apabila tidak berkenan. Diskusi ini semata hanya untuk mengembangkan ilmu, yang pada gilirannya diharapkan dapat bermanfaat bagi negara Indonesia tercinta.

Atas segala partisipasi bapak/ibu kami sampaikan terima kasih.

Hormat kami,  
Tim Peneliti

**LAMPIRAN 1****FORM KESEDIAAN MENJADI PARTISIPAN**

Nama : .....

Nama Perusahaan : .....

Jabatan di Perusahaan : .....

Jenis Kelamin : .....

Usia : .....

Menyatakan bersedia sebagai partisipan dalam penelitian ini, dengan ketentuan sebagai berikut:

Tanggal Wawancara : .....

Waktu Wawancara : .....

Metode Wawancara :

1. Via telepon
2. via email, alamat email lainnya .....
3. via extranet (diskusi langsung via extranet, dengan kamera)
4. bertatap muka (tempat wawancara.....)
5. lainnya .....

(Pilih salah satu)

Demikian kesediaan saya, terima kasih

Tandatangan (boleh tidak ada)

Catatan: Pengisian form ini, dianggap bersedia meskipun tanpa tanda tangan

## LAMPIRAN 2

## FORM KUESIONER AWAL

**A. Identitas Responden**

Mohon mengisi identitas Bapak/Ibu, bila ada alternatif jawaban, mohon diisi pada kolom jawab dengan memilih huruf depan pada jawaban yang paling sesuai

- |    |   |  |       |
|----|---|--|-------|
|    |   |  | JAWAB |
| 1  | Nama dengan gelar<br>(bila keberatan boleh dikosongkan) | : .....  |       |
| 2  | Jenis kelamin   | : a.laki-laki                      b.perempuan                   | ..... |
| 3  | Pendidikan terakhir                                     | : .....  |       |
| 4  | Usia saat ini   | : .....tahun   |       |
| 5  | Jabatan di perusahaan                                   | : .....  |       |
| 6  | Status pernikahan                                       | : a.menikah                      b.belum menikah<br>c.janda/duda | ..... |
| 7  | Hobby (boleh lebih dari satu)                           | : .....  |       |
| 8  | Jumlah anak   | : ..... orang  |       |
| 9  | Jumlah keluarga yang ditanggung                         | : ..... orang  |       |
| 10 | Pengeluaran total dalam sebulan (kurang lebih)          | : Rp.....<br>(boleh dalam satuan mata uang lainnya)              |       |

Untuk pengeluaran dibawah ini, boleh dalam bentuk Rupiah (atau mata uang asing lainnya) maupun prosentase (%) dari total pengeluaran

- 11 Pengeluaran untuk rekreasi : .....
- 12 Pengeluaran untuk pendidikan : .....
- 13 Pengeluaran untuk olah raga : .....
- 14 Apakah mengikuti asuransi : a. Ya b.Tidak  
Bila "Ya" lanjutkan ke nomor 15,  
Bila "Tidak" langsung ke nomor 16 ..... **JAWAB**
- 15 Jenis asuransi (jawaban boleh lebih dari satu) : a. asuransi jiwa, .....  
b. asuransi pendidikan  
c. asuransi kesehatan,  
d. lainnya.....  
(boleh lebih dari satu)
- 16 Apakah berinvestasi di pasar modal : a. Ya b.Tidak .....  
Bila "Ya" lanjutkan ke nomor 17,  
Bila "Tidak" langsung ke nomor 18
- 17 Surat berharga dipasar modal yang diminati (boleh lebih dari satu) : .....  
.....
- 18 Jenis Investasi yang paling menarik (jawaban boleh lebih dari satu) : a. Deposito .....  
b. Tanah/rumah/sawah  
c. emas (logam mulia lainnya)  
d. Lainnya  
.....

## LAMPIRAN 2

Lanjutan .....

- |    |   | JAWAB  |
|----|---|--|
| 19 | Bank yang dipercaya untuk kepentingan pribadi<br><i>(jawaban boleh lebih dari satu)</i>           | : a. Bank Swasta Nasional .....<br>b. Bank Negara<br>c. Bank Swasta Asing (di Indonesia)<br>d. Bank Asing (di luar negeri)<br>e. Bank Syari'ah<br>f. Bank Campuran (merger antara bank asing dengan bank di Indonesia)<br>g. Lainnya ..... |
| 20 | Bank yang dipercaya untuk kepentingan bisnis/perusahaan<br><i>(jawaban boleh lebih dari satu)</i> | : a. Bank Swasta Nasional .....<br>b. Bank Negara<br>c. Bank Swasta Asing (di Indonesia)<br>d. Bank Asing (di luar negeri)<br>e. Bank Syari'ah<br>f. Bank Campuran (merger antara bank asing dengan bank di Indonesia)<br>g. Lainnya ..... |





## LAMPIRAN 2

Lanjutan .....

JAWAB

- 3 Menurut pendapat saya, komponen yang paling penting dalam mengelola bisnis/ perusahaan adalah (*jawaban boleh lebih dari satu*) :
- b. Uang
  - c. manusia
  - d. faktor produksi (mesin, kendaraan, dll)
  - e. hubungan baik (*networking*)
  - f. lainnya .....
- 4 Apakah pelatihan bagi karyawan perlu dilakukan :
- b. Tidak perlu (hanya membuang uang saja)
  - c. perlu (untuk menyesuaikan dengan pekerjaan)
  - d. perlu (untuk meningkatkan kemampuan karyawan)
  - e. perlu (untuk meningkatkan kualitas karyawan, sehingga perlu beberapa kali pelatihan)
  - f. sangat perlu (perusahaan menganggarkan secara khusus untuk pelatihan)
  - g. Lainnya .....
- 5 Apakah melakukan evaluasi terhadap manfaat pelatihan bagi karyawan :
- a. tidak pernah
  - b. pernah
  - c. sekali-sekali
  - d. selalu
- 6 Berapa anggaran yang disiapkan oleh perusahaan untuk pelatihan karyawan pertahun :
- Rp .....
- 7 Berapa prosentase anggaran pelatihan karyawan pertahun dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan :
- .....% dari total biaya perusahaan dalam satu tahun

## LAMPIRAN 2

Lanjutan .....

JAWAB

- 8 Berapa prosentase :  
 anggaran biaya gaji, .....% dari total biaya  
 honor, komisi dll. perusahaan dalam satu tahun  
 pertahun  
 dibandingkan dengan  
 total biaya yang  
 dikeluarkan  
 perusahaan
- 9 Jenis asuransi untuk : a. asuransi kecelakaan kerja .....  
 karyawan (*jawaban* b. asuransi kesehatan  
*boleh lebih dari satu*) c. asuransi hari tua (untuk  
 menghadapi pensiun)  
 d. Lainnya .....

**C. Intellectual Capital - Manajer**

Mohon diisi pada kolom jawab dengan memilih huruf depan pada jawaban yang paling sesuai

JAWAB

- 1 Bentuk *reward* : b. Bonus .....  
 finansial yang c. Komisi .....  
 diberikan kepada d. Lainnya .....  
 para manajer  
 (*jawaban boleh lebih  
 dari satu*)
- 2 Bentuk *reward* non- : a. Rumah dinas .....  
 finansial yang b. Mobil dinas .....  
 diberikan kepada c. Anggota club olahraga .....  
 para manajer d. Asuransi kesehatan .....  
 (*jawaban boleh lebih  
 dari satu*) e. Asuransi jaminan hari tua .....  
 f. Tamasya ke luar negeri .....  
 g. Saham .....  
 h. Opsi saham .....  
 i. Lainnya .....

## LAMPIRAN 2

Lanjutan .....

**D. Intellectual Capital - Pelanggan**

Mohon diisi pada kolom jawab dengan memilih huruf depan pada jawaban yang paling sesuai

		JAWAB
1	Arti pelanggan bagi perusahaan :	a. biasa aja b. penting c. amat penting d. amat penting sekali .....
2	Memiliki <i>customer service</i> :	a. Ya                      b. Tidak .....
3	Memiliki <i>hotline</i> untuk pelanggan dengan nomor bebas pulsa :	a. Ya                      b. Tidak Bila "Ya" lanjutkan ke nomor 4, Bila "Tidak" langsung ke nomor 5 .....
4	Apakah <i>hotline</i> pada pertanyaan no.3 siap 24 jam :	a. Ya                      b. Tidak Bila "Ya" langsung ke nomor 6, Bila "Tidak" lanjutkan ke nomor 5 .....
5	Hotline hanya buka/ melayani pada :	.....
6	Memiliki <i>hotline</i> untuk pelanggan melalui email :	a. Ya                      b. Tidak Bila "Ya" lanjutkan ke nomor 7, Bila "Tidak" langsung ke nomor 8 .....
7	Berapa jam batas maksimal untuk membalas email pelanggan :	..... .....
8	Kalo ada keluhan/ komplain pelanggan, berapa kali deringan (nada panggil) maksimal telpon akan diangkat. :	a. sekali berdering b. dua kali berdering c. tiga kali berdering d. lebih dari tiga kali berdering e. tidak ingat .....

## LAMPIRAN 2

Lanjutan .....

- |    |   | JAWAB   |
|----|---|---|
| 9  | Apakah menyiapkan tenaga khusus (yang terlatih) untuk menjawab telpon (operator) di perusahaan. | : a. dijawab dengan mesin<br>b. tidak ada tenaga khusus<br>c. ada tenaga tapi tidak khusus dilatih untuk menjawab telpon<br>d. ada tenaga khusus yang sengaja dipersiapkan untuk hal itu<br>e. jawab seperti butir d, dan yang bersangkutan selalu di evaluasi<br>..... |
| 10 | Berapa prosentase keluhan pelanggan yang mampu ditangani perusahaan?                            | : .....   |
| 11 | Apakah membuat catatan tentang keluhan pelanggan dan solusi yang diberikan perusahaan           | : a. Ya                      b. Tidak<br><i>Bila "Ya" lanjutkan ke nomor 12, dan 13</i><br>.....  |
| 12 | Apakah catatari dari pertanyaan no.11 di evaluasi untuk perbaikan dimasa depan                  | ; a. Ya                      b. Tidak<br>.....  |
| 13 | Bentuk/ cara evaluasi yang dilakukan  | : .....<br>.....  |

## LAMPIRAN 2

Lanjutan .....

Kami menyampaikan terima kasih kepada Bapak/Ibu yang telah bersedia mengisi kuesioner ini. Kami sangat menghargai segala sumbangan immaterial yang dapat meningkatkan ilmu pengetahuan. Untuk mengetahui hasil serta konfirmasi apabila ada yang tidak jelas, mohon kami diberikan contact person yang dapat kami hubungi.

Nama yang dapat kami hubungi: .....

Jabatan dalam perusahaan: .....

No. Telpon: .....

No. Mobile Phone: .....

Waktu untuk menghubungi: .....

Bila ada email khusus: .....

Akhir kata, sekali lagi terimakasih yang tiada terhingga.

Berikan komentar Ibu/Bapak pada tempat yang tersedia (Komentar boleh lebih panjang dari tempat yang tersedia)

## LAMPIRAN 3

## SEKILAS TENTANG INTELEKTUAL KAPITAL

Para pakar strategi perusahaan didunia sedang berargumen tentang peran strategis modal intelektual bagi kemampuan perusahaan untuk menembus pasar global. Apa sebenarnya modal intelektual itu? Mengapa perannya dianggap penting. Berikut ini adalah sekilas tentang intelektual kapital.

## 1. Intelektual Kapital

### 1.1. Definisi dan Elemen Intelektual Kapital (Modal Intelektual)

Modal intelektual bisa juga disebut *intellectual property*, *intellectual asset*, dan *knowledge asset*. Namun sebenarnya ketiga istilah tersebut memiliki konsep yang berbeda (McConnachie,1997). Modal intelektual dianggap sebagai pengetahuan dengan nilai yang potensial. Ketika pengetahuan tersebut telah ditegaskan dengan adanya kepemilikan, maka pengetahuan tersebut menjadi *intellectual property* yang memiliki nilai yang dapat diukur tergantung penggunaannya. Pengetahuan yang memiliki nilai tertentu dan penggunaan yang spesifik untuk tujuan tertentu menjadi aset intelektual bagi pemiliknya. Modal intelektual menunjukkan pengetahuan yang ditransformasikan menjadi sesuatu yang bernilai bagi perusahaan, sedangkan aset intelektual atau *knowledge asset* merupakan pertukaran bentuk bagi produk transformasi pengetahuan tersebut. Dengan demikian dalam istilah akuntansi, aset intelektual berada di sebelah debit–aset individual seperti paten, sedangkan modal intelektual berada di sebelah kredit–atau total kekayaan organisasi yang diinvestasikan dalam aset intelektual.

## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

*Society of Management Accountants Canada* (SMAC, 1998) mendefinisikan modal intelektual sebagai item pengetahuan yang dimiliki oleh manusia yang kemudian masuk kedalam perusahaan yang akan menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang bagi perusahaan. Menurut Stewart (1997:ix-x) modal intelektual sebagai berikut:

- (1) Modal intelektual adalah jumlah semua hal yang diketahui dan diberikan oleh semua orang dalam perusahaan, yang memberikan keunggulan bersaing.
- (2) Modal intelektual adalah materi intelektual – pengetahuan, informasi, hak kekayaan intelektual, pengalaman – yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. Modal intelektual penting karena:
  - a. Mengakui pergeseran dari era industri ke era informasi.
  - b. Mengkui bahwa kontributor utama pada nilai perusahaan adalah aktiva tak berwujud.
  - c. Mengakui bahwa pengetahuan dan informasi terus berkembang.

Modal intelektual merupakan kombinasi dari elemen-elemen yang dapat diklasifikasikan sebagai modal manusia, modal pelanggan dan modal organisasi (SMAC, 1998 dan Pablos, 2003). Modal intelektual untuk setiap organisasi memiliki keunikan yang berbeda-beda tergantung pada *core business* dan *core competency*. Apabila nilai yang dibentuk dari elemen modal intelektual ini tersaji dalam laporan keuangan, akan mencerminkan keunikan nilai perusahaan tersebut.



## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

**1.2. Pengukuran dan Pengungkapan Modal Intelektual**

Upaya pengembangan ukuran dan pengungkapan untuk modal intelektual telah lama dilakukan dengan berbagai pendekatan yang digunakan. Terdapat tiga cara pengukuran modal intelektual menurut Stewart (1997:247-253):

**(1) Market-to-book value (MBV)**

MBV adalah selisih antara nilai pasar dan nilai buku. Kelemahannya: (1) mengabaikan faktor eksogen yang dapat mempengaruhi nilai pasar. (2) nilai buku dan nilai pasar seringkali belum mencerminkan nilai yang riil karena perbedaan metode akuntansi yang digunakan.

**(2) Tobin's "q"**

Rasio ini membandingkan nilai pasar suatu aset dengan biaya penggantinya. Metode ini telah memperhitungkan faktor inflasi.

**(3) Calculated Intangible Value (CIV)**

CIV menghitung kelebihan *return* atas aktiva berwujud kemudian menggunakannya sebagai dasar untuk menentukan porsi *return* yang diakibatkan oleh aktiva tak berwujud. .

## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

Pengukuran modal intelektual dapat juga dilakukan dengan cara (Rodov&Leliaert, 2002 dan Pablos, 2003):

(1) *The invisible balance-sheet* (IBS)

IBS mengelompokkan modal intelektual kedalam modal individual dan modal struktural. Indikator dari modal individual adalah kompetensi profesional, strategi perusahaan, pendidikan, pengalaman, jumlah karyawan dalam perusahaan dengan latar belakang yang relevan dan distribusi tanggung jawab yang terkait dengan pelanggan dan proyek-proyek yang ada. Modal struktural dapat ditunjukkan dengan keunggulan kompetitif perusahaan, seperti reputasi, produk spesifik, jasa pelayanan dan produk.

(2) *The intangible assets monitor* (IAM)

IAM bertujuan untuk mengukur aktiva tak berwujud dalam model yang mirip dengan *Balanced Scorecard*, yaitu dengan menggunakan tiga indikator untuk mengukur modal intelektual, yaitu klien (aktiva struktur eksternal), organisasi (aktiva struktur internal), dan orang (aset kompetensi karyawan)

(3) *The balanced scorecard* (BSC)

*Balanced scorecard* mengukur sistem yang menunjukkan seberapa besar strategi perusahaan telah diimplementasikan dalam empat area: perpektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, dan perpektif pembelajaran dan inovasi.

## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

(4) *Economic Value Added (EVA™)*

EVA merupakan ukuran kinerja komprehensif yang menggunakan variabel penganggaran modal dan keuangan, penyusunan sasaran, pengukuran kinerja, komunikasi pemegang saham, dan kompensasi intensif yang dapat meningkatkan ataupun mengurangi nilai perusahaan.

(5) *IC-index*

IC-index berusaha mengkonsolidasikan berbagai indikator individual dalam indeks tunggal, dan mengkorelasi perubahan modal intelektual dengan perubahan di pasar. Pendekatan ini mensintesis strategi, ukuran nonkeuangan, dan nilai tambah manajemen.

(6) *Technology broker (TB)*

Model ini menyatakan bahwa nilai pasar perusahaan terdiri dari dua elemen: aktiva berwujud dan aktiva tidak berwujud. Pendekatan TB membentuk pemecahan dalam praktek pengukuran modal intelektual, karena memungkinkan perusahaan untuk menghitung nilai dolar modal intelektual.

## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

**(7) *The return on assets (ROA) method***

ROA merupakan rasio rata-rata laba perusahaan dibagi rata-rata aktiva berwujud rata-rata selama 5 tahun. Rasio ini dibandingkan dengan rata-rata industri untuk menghitung perbedaannya. Jika perbedaannya nol atau negatif, kemudian perusahaan tidak memiliki kelebihan modal intelektual dibandingkan rata-rata industri dan nilai modal intelektualnya diasumsikan nol. Jika perbedaannya positif, perusahaan diasumsikan memiliki kelebihan modal intelektual dari industrinya.

**(8) *Market capitalization method (MCM)***

Metode ini memberikan ukuran pasar modal intelektual perusahaan. Metode ini mengasumsikan bahwa kelebihan kapitalisasi pasar perusahaan diatas ekuitas pemegang sahamnya merupakan modal intelektual. Metode ini didasarkan pada premi pasar dan kuota harga saham.

**(9) *The direct intellectual capital method (DIC)***

Metode DIC memfokuskan pada pengukuran nilai modal intelektual dengan mengidentifikasi berbagai komponen dan kemudian dan secara langsung mengevaluasinya. Komponen aktiva pasar (seperti loyalitas pelanggan), property intelektual (seperti paten), aktiva teknologi, aktiva manusia (seperti pendidikan dan pelatihan), dan aktiva struktural (seperti sistem informasi) merupakan focus DIC. Setelah komponen-komponen ini diukur, diperoleh nilai total modal intelektual perusahaan.

## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

**(10) Skandia AFS business navigator (SBN)**

Model ini memvisualisasi nilai komponen yang membentuk modal intelektual, yaitu metode pengaturannya dan pelaporan perkembangannya. SBN didesain untuk memberikan gambaran yang seimbang dari modal keuangan dan modal intelektual. Skandia memonitor kinerjanya berdasarkan sekitar 30 indikator kinerja kunci (KPI) dalam berbagai area.

**(11) Financial method of intangible assets measuring (FiMIAM)**

Menurut model ini modal intelektual perusahaan terdiri dari kelas manusia, pelanggan, dan struktural. Metode ini memungkinkan seseorang menilai nilai moneter komponen modal intelektual yang relevan dan memasukkannya dalam neraca perusahaan.

Dalam penelitian ini, modal intelektual dihitung dengan menggunakan *market-to-book value*. Metode ini digunakan karena:

- a. Informasi yang diperlukan untuk menghitung modal intelektual tersedia secara publik.
- b. Lebih cocok untuk manajemen
- c. Cocok untuk pengguna eksternal karena indikator yang digunakan diketahui secara umum dan informasinya mudah didapat.

## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

**2. Aset Perusahaan**

Tipe aset yang pertama adalah aset berwujud, seperti properti, pabrik dan peralatan dan teknologi fisik yang biasa dijual di pasar, yang mudah ditiru dan disubstitusi, dan dapat dengan mudah dibeli dan dijual di pasar terbuka. Tipe aktiva yang kedua adalah aset tak berwujud, dapat dinilai, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat disubstitusi (Nieto&Waldo,2002)

**2.1. Resource-Based Perspective**

Dalam *resource-based perspective*, perusahaan dipandang sebagai portofolio sumber daya (Khrogh&Roos,1995). Perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dan kinerja superior melalui akuisisi dan penggunaan aset-aset strategis yang vital bagi keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang kuat. Sumber daya ini termasuk aktiva fisik berwujud maupun aktiva tidak berwujud yang telah diinternalisasi oleh perusahaan dan digunakan secara efektif dan efisien untuk mengimplementasikan strategi kompetitif dan kemampuan menghasilkan laba yang spesifik (Belkoui,2002). Dalam *resources-based perspective*, untuk menciptakan keunggulan kompetitif, sumber daya perusahaan harus memiliki empat karakteristik: a.harus dapat dinilai, b.secara strategis tidak memiliki substitusi, c.langka diantara para pesaing, dan d.tidak dapat ditiru (Khrogh&Roos,1995)

## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

**2.2. Aset Tak Berwujud sebagai Aset Strategis**

Perusahaan memiliki sumber daya yang tidak hanya terkait dengan operasi perusahaan, namun sumber daya tersebut vital bagi keunggulan kompetitif dan memperkuat kinerja keuangan perusahaan. Aset tak berwujud diakui sebagai aset strategis. Hal ini dikarenakan karakteristik yang dimiliki oleh aset tak berwujud, yaitu langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat disubstitusi (Belkoui,2002). Secara teoritis dijelaskan bahwa aset tak berwujud memiliki hubungan positif dengan profitabilitas. Aset tak berwujud dapat memberikan kontribusi pada kinerja yang lebih tinggi (Delios and Beamish,2001).

**3. Pengaruh Modal Fisik terhadap Kinerja Perusahaan**

Seluruh indikator tradisional yang terkait dengan kesuksesan bisnis didasarkan pada modal fisik. Modal fisik memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan dan juga memberikan kontribusi terhadap usaha memperkaya kumpulan aset tak berwujud (Peña,2002). Modal fisik merupakan faktor produksi yang penting dan membantu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Tipe dan jumlah modal fisik yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa bervariasi baik antar industri maupun perusahaan dalam industri yang sama. Modal fisik berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (Walker,2001).

## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

Penelitian tentang dampak modal fisik terhadap kinerja perusahaan telah dilakukan lingkungan perbankan. Tujuan penelitiannya adalah menganalisis modal intelektual, fokus penelitian ini pada modal manusia dan modal fisik pada sektor perbankan di Jepang dan mendiskusikan dampaknya terhadap kinerja berbasis nilai. Hasil penelitian ini adalah bahwa riset yang dilakukan menunjukkan adanya kontribusi modal intelektual dan modal fisik terhadap kinerja perusahaan (Mavridis,2004).

Selain Mavridis, penelitian tentang hubungan antara modal fisik dengan kinerja perusahaan juga telah dilakukan oleh Firer&Williams (2003). Penelitian Firer&Williams dilakukan pada perusahaan yang diperdagangkan secara publik. Tujuan penelitiannya adalah menginvestigasi hubungan antara efisiensi nilai tambah sumber daya perusahaan (aset fisik, modal manusia, dan modal struktural) dan tiga dimensi tradisional kinerja manajemen: profitabilitas, produktivitas, dan penilaian pasar. Hasil penelitian ini adalah bahwa modal fisik tetap menjadi sumber daya yang paling signifikan bagi kinerja perusahaan meskipun terdapat usaha untuk meningkatkan modal intelektual.

#### 4. Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan

Saat ini sulit untuk memperoleh keunggulan kompetitif hanya melalui alat tradisional dan berwujud (Karp,2003). Sumber daya tak berwujud lebih berperan dalam menghasilkan keunggulan kompetitif dibandingkan sumber daya berwujud (Hitt *et al.*,2001). Oleh karena itu, ukuran tradisional dari kinerja organisasi dapat dikatakan kurang tepat dalam dunia ekonomi saat ini dimana keunggulan kompetitif dipicu oleh modal intelektual (Firer&Williams,2003).



## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

Konstruksi modal intelektual merupakan faktor kunci dalam menjelaskan kinerja organisasi, terutama dalam ekonomi informasi. Setiap organisasi memiliki cara yang unik dalam mengarahkan, mengatur, dan mentransformasi sumber dayanya dalam satu aspek, yaitu modal intelektual. Dengan modal intelektual, berarti bahwa pengetahuan yang spesifik dan bernilai mengalir kedalam organisasi.

Modal intelektual berpotensi sebagai pencipta kekayaan dalam organisasi bisnis. Kualifikasi modal intelektual sebagai sumber daya yang strategis terletak pada mata rantai yang potensial antara modal intelektual di satu sisi dan kinerja perusahaan di sisi lainnya. Peran modal intelektual menjadi sangat penting dalam mencapai keunggulan kompetitif (Usoff *et al.*, 2002, Walker, 2001).

Penelitian tentang hubungan antara modal intelektual dengan kinerja perusahaan dilakukan oleh Bontis (1998). Tujuan penelitian Bontis adalah menyelidiki perkembangan modal intelektual dan mengkonstruksinya melalui analisis komponen utama dan *partial least square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal intelektual memiliki dampak yang signifikan dan substantif terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian Pulic (1999) mendukung analisis bahwa modal intelektual merupakan sumber daya yang sangat penting bagi perusahaan. Penelitian Pulic dilakukan dengan mengukur efisiensi modal intelektual dengan modal fisik. Hasilnya menunjukkan bahwa modal intelektual menciptakan nilai tambah yang besar bagi perusahaan.

Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian Peña (2002), yang menghipotesiskan bahwa kinerja perusahaan yang baru berdiri akan tergantung pada tingkat keefektifan manajemen modal intelektual yang dicapai oleh para *entrepreneur* selama periode persiapan

## LAMPIRAN 3

Lanjutan .....

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kerangka kerja modal intelektual tidak hanya membantu menjelaskan kinerja bisnis perusahaan besar dan perusahaan publik tapi juga perusahaan yang baru berdiri. Semua elemen modal intelektual berhubungan secara positif dengan kinerja bisnis. Perusahaan yang baru berdiri selain menunjukkan perhatian terhadap ketersediaan aset berwujud juga memperhatikan kontribusi aset tak berwujud bagi kelangsungan perusahaan. Misalnya elemen modal struktural seperti kapasitas perusahaan untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan dan kemampuan mengimplementasikan strategi yang tepat sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dan mampu berkembang.

Belkoui (2002), menghipotesiskan bahwa modal intelektual akan secara positif berpengaruh pada kinerja perusahaan, diukur dengan nilai tambah bersih yang diciptakan. Hipotesis ini diselaraskan dengan *resource-based view* perusahaan dengan mengantisipasi kontribusi positif modal intelektual sebagai aset strategis, dan selaras dengan *stakeholder view* dengan mengukur kinerja masa depan perusahaan berdasar nilai tambah bersih yang dihasilkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan dukungan terhadap hipotesis yang dibuat yaitu bahwa modal intelektual berhubungan positif dengan kinerja perusahaan yang diukur dengan nilai tambah bersih yang dihasilkan; yang mendukung baik *resource-based view* maupun *stakeholder view*. Hasil penelitian ini memandang bahwa kinerja organisasi tidak hanya berorientasi pada kinerja keuangan tetapi juga pada kepuasan pelanggan, memperkaya para karyawan, dan kinerja sosial.

## LAMPIRAN 4

## LAMPIRAN 4 (a)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		A. Agriculture, Forestry and Fishing ( 7 )
1	ATPK	PT Anugerah Tambak Perkasindo Tbk
2	AALI	PT Astra Agro Lestari Tbk
3	BASS	PT Bahtera Adimina Samudra Tbk
4	UNSP	PT Bakrie Sumatra Plantations Tbk
5	DSFI	PT Dharma Samudera Fishing Industries Tbk
6	IIKP	PT Inti Kapuas Arowana (Inti Indah Karya Plasindo) Tbk
7	LSIP	PT PP London Sumatera Tbk
		B. Animal Feed and Husbandry ( 7 )
8	CPIN	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk
9	CPDW	PT Cipendawa Agroindustri Tbk
10	FISH	PT Fishindo Kusuma Sejahtera Tbk
11	JPFA	PT JAPFA Tbk
12	TRPK	PT Multi Agro Persada Tbk
13	MBAI	PT Multibreeder Adirama Indonesia Tbk
14	WAPO	PT Wahana Phonix Mandiri Tbk
		C. Mining and Mining Service ( 11 )
15	ANTM	PT Aneka Tambang (Antam) Tbk
16	APEX	PT Apexindo Pratama Duta Tbk
17	BUMI	PT Bumi Resources Tbk
18	CNKO	PT Central Korporindo Internasional Tbk
19	CITH	PT Citatah Industri Marmer Tbk
20	ENRG	PT Energi Mega Persada Tbk
21	INCO	PT Internasional Nickel Indonesia Tbk
22	MEDC	PT Medco Energi Internasional Tbk
23	PGAS	PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk
24	PTBA	PT Tambang Batu Bara Bukit Asam (Persero) Tbk
25	TINS	PT Timah (Persero) Tbk
		D. Contruction ( 3 )
26	ADHI	PT Adhi karya (Persero) Tbk
27	BUKK	PT Bukaka Teknik Utama Tbk
28	PTRO	PT Petrosea Tbk

Sumber: *Indonesian Capital Market Directory*, 2005, diolah kembali

## LAMPIRAN 4 (b)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		E. Manufacturing
		1. Food and Beverages ( 20 )
29	ADES	PT Ades Waters Indonesia Tbk
30	AQUA	PT Aqua Golden Mississippi Tbk
31	CEKA	PT Cahaya Kalbar Tbk
32	DAVO	PT Davomas Abadi Tbk
33	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
34	FAST	PT Fast Food Indonesia Tbk
35	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
36	MYOR	PT Mayora Indah Tbk
37	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
38	PTSP	PT Pioneerindo Gourmet Indonesia Tbk (CFC)
39	PSDN	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk
40	SHDA	PT Sari Husada Tbk
41	SKLT	PT Sekar Laut Tbk
42	SITP	PT Siantar TOP Tbk
43	SIPD	PT Sierad Produce Tbk
44	SMAR	PT SMART Tbk
45	SUBA	PT Suba Indah Tbk
46	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (Asia Intiselera)
47	TBLA	PT Tunas Bandar Lampung Tbk
48	ULTJ	PT Ultra Jaya Milk Tbk
		2. Tobacco Manufactures ( 4 )
49	BATI	PT BAT Indonesia Tbk
50	RMBA	PT Bentoel International Investama Tbk
51	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
52	HMSP	PT HM Sampoerna Tbk
Sumber: <i>Indonesian Capital Market Directory, 2005</i> , diolah kembali		

## LAMPIRAN 4 (c)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		3. Textile Mill Products ( 9 )
53	ARGO	PT Argo Pantex Tbk
54	CNTX	PT Century Textile Industry (Centex) Tbk
55	ERTX	PT Eratex Djaja Tbk
56	PAFI	PT Panasia Filament Inti Tbk
57	HDTX	PT Panasia Indosyntec Tbk
58	RDTX	PT Roda Vivatex Tbk
59	SSTM	PT Sunson Textile Manufacturer Tbk
60	TFCO	PT TIFICO Tbk
61	TEJA	PT Textile Manufacturing Company Jaya (Texmaco Jaya) Tbk
		4. Apparel and Other Textile Products ( 16 )
62	MYTX	PT APAC Citra Centertex Tbk
63	DOID	PT Delta Dunia Petroindo Tbk (d/h) Daeyu Orchid Indonesia
64	ESTI	PT Ever Shine Textile Industry Tbk
65	FMII	PT Fortune Mate Indonesia Tbk
66	GRIV	PT Great River International Tbk
67	MYRX	PT Hanson International Tbk
68	INDR	PT Indorama Synthetics Tbk
69	KARW	PT Karwil Indonesia Tbk
70	GDWU	PT Kasogi International Tbk
71	PBRX	PT Pan Brothers Tex Tbk
72	BIMA	PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk
73	RICY	PT Ricky Putra Globalindo Tbk
74	RYAN	PT Ryane Adibusana Tbk
75	SRSN	PT Sarasa Nugraha Tbk
76	BATA	PT Sepatu Bata Tbk
77	SIMM	PT Surya Intrindo Makmur Tbk
		5. Lumber and Wood Products ( 5 )
78	BRPI	PT Barito Pacific Timber Tbk
79	DSUC	PT Daya Sakti Unggul Corporation Tbk
80	SULI	PT Sumalindo Lestari Jaya Tbk
81	SUDI	PT Surya Dumai Industri Tbk
82	TIRT	PT Tirta Mahakam Resources Tbk
Sumber: <i>Indonesian Capital Market Directory</i> , 2005, diolah kembali		

## LAMPIRAN 4 (d)

No	SINGKAT	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		6. Paper and Allied Products ( 5 )
83	FASW	PT Fajar Surya Wisesa Tbk
84	INKP	PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
85	TKIM	PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia ( Angka disajikan dalam Dolar US)
86	SPMA	PT Suparma Tbk
87	SAIP	PT Surabaya Agung Industry Pulp Tbk
		7. Chemical and allied Products ( 8 )
88	AKRA	PT AKR Corporindo Tbk
89	BUDI	PT Budi Acid Jaya Tbk
90	CLPI	PT Colopak Indonesia Tbk
91	ETWA	PT Eterindo Wahanatama Tbk
92	LTLS	PT Lautan Luas Tbk
93	POLY	PT Polysindo Eka Perkasa
94	SOBI	PT Sorini Corporation Tbk
95	UNIC	PT Unggul Indah Cahaya Tbk
		8. Adhesive ( 4 )
96	DPNS	PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk
97	EKAD	PT Ekadharma Tape Industries Tbk
98	INCI	PT Intanwijaya Internasional Tbk
99	KKGI	PT Resources Alam Indonesia Tbk (Kurnia Kapuas Utama Glue Industries)
		9. Plastics and Glass Products ( 13 )
100	AKKU	PT Aneka Kemasindo Utama Tbk
101	AKRI	PT Argha Karya Prima Industry Tbk
102	AMFG	PT Asahimas Flat Glass Tbk
103	APLI	PT Asia Plast Industries Tbk
104	BRNA	PT Berlina Tbk
105	DYNA	PT Dynaplast Tbk
106	FPNI	PT Fatrapolindo Nusa Industri Tbk
107	IGAR	PT Kageo Igar Jaya Tbk (Igarjaya)
108	LMPI	PT Langgeng Makmur Industri Ltd Tbk
109	LAPD	PT Lapindo International Tbk
110	SIMA	PT Siwani Makmur Tbk
111	SMPL	PT Summitplast Tbk
112	TRST	PT Trias Sentosa Tbk
Sumber: <i>Indonesian Capital Market Directory</i> , 2005, diolah kembali		

## LAMPIRAN 4 (e)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		10. Cement ( 3 )
113	INTP	PT Indocement Tunga! Prakarsa Tbk
114	SMCB	PT Semen Cibinong Tbk
115	SMGR	PT Semen Gresik (Persero) Tbk
		11. Metal and Allied Products ( 12 )
116	ALKA	PT Alakasa Industrindo Tbk
117	ALMI	PT Alumindo Light Metal Industry Tbk
118	BTON	PT Betonjaya Manunggal Tbk
119	CTBN	PT Citra Tubindo Tbk
120	INAI	PT Indal Aluminium Industry Tbk
121	JKSW	PT Jakarta Kyoei Steel Works Tbk
122	JPRS	PT Jaya Pari Steel Tbk
123	LMSH	PT Lionmeh Prima Tbk
124	LION	PT Lion Metal Works Tbk
125	PICO	PT Pelangi Indah Canindo Tbk
126	TBMS	PT Tembaga Mulia Semanan Tbk
127	TIRA	PT Tira Austenite Tbk
		12. Fabricated Metal Products ( 2 )
128	KICI	PT KedaungIndah Can Tbk
129	KDSI	PT Kedawung Setia Industrial Tbk
		13. Stone, Clay, Giass and Concrete Products ( 4 )
130	ARNA	PT Arwana Citramulia Tbk
131	IKAI	PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk
132	MLIA	PT Mulia Industrindo Tbk
133	TOTO	PT Surya Toto Indonesia Tbk
		14. Machinery ( 1 )
134	KOMI	PT Komatsu Indonesia Tbk
		15. Cable ( 6 )
135	KBLJ	PT GT Kabel Indonesia Tbk
136	JECC	PT Jembo Cable Company Tbk
137	KBLM	PT Kabelindo Murni Tbk
138	IKBI	PT Sumi Indo Kabel Tbk
139	SCCO	PT Supreme Cable Manufacturing Corporation Tbk (Sucaco)
140	VOKS	PT Voksel Electric Tbk
Sumber: <i>Indonesian Capital Market Directory, 2005</i> , diolah kembali		



## LAMPIRAN 4 (f)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		16. Electronic and Office Equipment ( 3 )
141	ASGR	PT Astra Graphia Tbk
142	MTDL	PT Metrodata Electronics Tbk
143	MLPL	PT Multipolar Corporation Tbk
		17. Automotive and Allied Products ( 19 )
144	ACAP	PT Andhi Chandra Automotive Products Tbk
145	ASII	PT Astra International Tbk
146	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk
147	BRAM	PT Branta Mulia Tbk
148	GJTL	PT Gajah Tunggal Tbk
149	GDYR	PT Goodyear Indonesia Tbk
150	ADMG	PT GT Petrochem Industries Tbk
151	HEXA	PT Hexindo Adiperkasa Tbk
152	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk
153	INDS	PT Indospring Tbk
154	INTA	PT Intraco Penta Tbk
155	LPIN	PT Multi Prima Sejahtera Tbk
156	NIPS	PT Nipress Tbk
157	PRAS	PT Prima Alloy Steel Tbk
158	SQMI	PT Sanex Qianjiang Motor International Tbk
159	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk
160	SUGI	PT Sugi Samapersada Tbk
161	TURI	PT Tunas Ridean Tbk
162	UNTR	PT United Tractors Tbk
		18. Photographic Equipment ( 3 )
163	INTD	PT Inter Delta Tbk
164	MDRN	PT Modern Photo Film Company Tbk
165	KONI	PT Perdana Bangun Pusaka Tbk

Sumber: *Indonesian Capital Market Directory, 2005*, diolah kembali



## LAMPIRAN 4 (g)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		19. Pharmaceuticals ( 10 )
166	SQBI	PT Brito-Myers Squibb Indonesia Tbk
167	DNKS	PT Dankos Laboratories Tbk
168	DVLA	PT Darya-Varia Laboratoria Tbk
169	INAF	PT Indofarma (Persero) Tbk
170	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk
171	KAEF	PT Kimia Farma (Persero) Tbk
172	MERK	PT Merck Tbk
173	PYFA	PT Pyridam Farma Tbk
174	SCPI	PT Schering Plough Indonesia Tbk
175	TSPC	PT Tempo Scan Pacific Tbk
		20. Consumer Goods ( 3 )
176	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk
177	MRAT	PT Mustika Ratu Tbk
178	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
		F. Transportaion Service ( 9 )
179	BLTA	PT Berlian Laju Tanker Tbk
180	CMPP	PT Centris Multi Persada Pratama Tbk
181	HITS	PT Humpuss Intermoda Transportasi Tbk
182	MIRA	PT Mitra Rajasa Tbk
183	TMAS	PT Pelayaran Tempuran Emas Tbk
184	RIGS	PT Rig Tenders Indonesia Tbk (dalam USD satuan tetap)
185	SMDR	PT Samudera Indonesia Tbk
186	SAFE	PT Steady Safe Tbk
187	ZBRA	PT Zebra Nusantara Tbk
		G. Communication ( 2 )
188	ISAT	PT INDOSAT (Persero) Tbk
189	TLKM	PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
Sumber: <i>Indonesian Capital Market Directory, 2005</i> , diolah kembali		

## LAMPIRAN 4 (h)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		H. Whole Sale and Retail Trade ( 14 )
190	AIMS	PT Akbar Indo Makmur Stimec Tbk
191	TMPI	PT AGIS Tbk
192	ALFA	PT Alfa Retailindo Tbk
193	EPMT	PT Enseval Putra Megatrading Tbk
194	HERO	PT Hero Supermarket Tbk
195	MPPA	PT Matahari Putra Prima Tbk
196	META	PT Metamedia Technologies Tbk
197	SDPC	PT Milenium Pharmacon International Tbk
198	MAPI	PT Mitra Adiperkasa Tbk
199	RALS	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk
200	RIMO	PT Rimo Catur Lestari Tbk
201	TGKA	PT Tigaraksa Satria Tbk
202	TKGA	PT Toko Gunung Agung Tbk
203	WICO	PT Wicaksana Overseas International Tbk
		I. Banking, Credit Agencies Other Than Bank, Securities, Insurance & Real Estate
		1. Banking ( 23 )
204	ANKB	PT Bank Arta Niaga Kencana Tbk
205	INPC	PT Bank Artha Graha Internasional Tbk
206	BBIA	PT Bank Buana Indonesia Tbk
207	BABP	PT Bank Bumiputera Indonesia Tbk
208	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk
209	BCIC	PT Bank Century Tbk
210	BDMN	PT Bank Danamon Tbk
211	BEKS	PT Bank Eksekutif Internasional Tbk
212	BNII	PT Bank Internasional Indonesia Tbk
213	BKSW	PT Bank Kesawan Tbk
214	LPBN	PT Bank Lippo Tbk
215	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
216	MAYA	PT Bank Mayapada Internasional Tbk
217	MEGA	PT Bank Mega Tbk
218	BBNI	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
219	BNGA	PT Bank Niaga Tbk
220	NISP	PT Bank NISP Tbk
221	BBNP	PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk
222	PNBN	PT Bank Pan Indonesia Tbk (Panin Bank)
223	BNLI	PT Bank Permata Tbk
224	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk
225	BSWD	PT Bank Swadesi Tbk
226	BVIC	PT Bank Victoria International Tbk

Sumber: *Indonesian Capital Market Directory*, 2005, diolah kembali

## LAMPIRAN 4 (i)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		2. Credit Agencies Other than Bank ( 13 )
227	ADMF	PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk
228	BFIN	PT BFI Finance Indonesia Tbk
229	BBLD	PT Bina Danatama Finance Tbk
230	CFIN	PT Clipan Finance Indonesia Tbk
231	DEFI	PT Danasupra Eracific Tbk
232	GSMF	PT Equity Development Investment Tbk
233	MTFN	PT Global Finacindo Tbk
234	INCF	PT Indocitra Finance Tbk
235	LPPF	PT Pacific Utama (d/h Lippo Pacific) Tbk
236	SMMA	PT Sinar Mas Multiartha Tbk
237	MITI	PT Siwani Trimitra Tbk
238	TRUS	PT Trust Finance Indonesia Tbk
239	WOMF	PT Wahana Ottomitra Multiartha Tbk
		3. Securities ( 13 )
240	APIC	PT Artha Pasifik Internasional Tbk
241	ARTA	PT Arthavest Tbk
242	AKSI	PT Asia Kapitalindo Securities Tbk
243	BCAP	PT Bhakti Capital Indonesia Tbk
244	BHIT	PT Bhakti Investama Tbk
245	HADE	PT Hartus Danavest Tbk
246	KREN	PT Kresna Graha Sekurindo Tbk
247	LPPS	PT Lippo Securities Tbk
248	MKDO	PT Makindo Tbk
249	PANS	PT Panin Securities Tbk
250	TRIM	PT Trimegah Securities Tbk
251	UNIT	PT United Capital Indonesia Tbk
252	YULE	PT Yulie Sekurindo Tbk
		4. Insurances ( 11 )
253	ABDA	PT Asuransi Bina Dana Arta Tbk
254	ASBI	PT Asuransi Bintang Tbk
255	ASDM	PT Asuransi Dayin Mitra Tbk
256	AHAP	PT Asuransi Harta Aman Pratama Tbk
257	ASJT	PT Asuransi Jasa Tania Tbk
258	ASRM	PT Asuransi Ramayana Tbk
259	LPGI	PT Lippo General Insurance Tbk
260	MREI	PT Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk
261	PNIN	PT Panin Insurance Tbk
262	PNLF	PT Panin Life Tbk
263	POOL	PT Pool Advista Indonesia Tbk
Sumber: <i>Indonesian Capital Market Directory, 2005</i> , diolah kembali		

## LAMPIRAN 4 (j)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		5. Real Estate and Property ( 38 )
264	ELTY	PT. Bakrieland Development Tbk
265	BIPP	PT Bhuwanatala Indah Permai Tbk
266	BMSR	PT Bintang Mitra Semestaraya Tbk
267	BKSL	PT Bukit Sentul Tbk
268	CKRA	PT Ciptojaya Kontrindoreksa Tbk
269	CTRA	PT Ciputra Development Tbk
270	CTRS	PT Ciputra Surya Tbk
271	DILD	PT Dharmala Intiland Tbk
272	DART	PT Duta Anggada Realty Tbk
273	DUTI	PT Duta Pertiwi Tbk
274	GMTD	PT Gowa Makassar Tourism Development Tbk
275	MORE	PT Indonesia Prima Property Tbk
276	JAKA	PT Jaka Artha Graha Tbk
277	JIHD	PT Jakarta Int'l Hotel & Development Tbk
278	JSPT	PT Jakarta Setiabudi Internasional Tbk
279	JRPT	PT Jaya Real Property Tbk
280	KARK	PT Karka Yasa Profilia Tbk
281	KIJA	PT Kawasan Industri Jababeka Tbk
282	KPIG	PT Krida Perdana Indahgraha Tbk
283	LAMI	PT Lamicitra Nusantara Tbk
284	LPCK	PT Lippo Cikarang Tbk
285	LPKR	PT Lippo Karawaci Tbk
286	MAMI	PT Mas Murni Indonesia Tbk
287	MTSM	PT Metro Supermarket Realty Tbk
288	MDLN	PT Modern Realty Tbk
289	MLND	PT Mulialand Tbk
290	PTRA	PT New Century Development (Putra Surya Perkasa) Tbk
291	PWON	PT Pakuwon Jati Tbk
292	PWSI	PT Panca Wiratama Sakti Tbk
293	PJAA	PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk
294	PNSE	PT Pudjiadi & Sons Estate Tbk
295	PUDP	PT Pudjiadi Prestige Limited Tbk
296	RBMS	PT Ristia Bintang Mahkotasejati Tbk
297	RODA	PT Roda Panggon Harapan Tbk
298	SMRA	PT Summarecon Agung Tbk
299	SSIA	PT Surya Semesta Internusa Tbk
300	SIIP	PT Suryainti Permata Tbk
301	SMDM	PT Suryamas Dutamakmur Tbk
Sumber: <i>Indonesian Capital Market Directory</i> , 2005, diolah kembali		

## LAMPIRAN 4 (k)

No	SINGKATAN	NAMA LENGKAP PERUSAHAAN
		J. Hotel and Travel Service ( 6 )
302	ANTA	PT Anta Express Tour & Travel Service Tbk
303	BAYU	PT Bayu Buana Tbk
304	SHID	PT Hotel Sahid Jaya International Tbk
305	PANR	PT Panorama Sentrawisata Tbk
306	PLIN	PT Plaza Indonesia Realty Tbk
307	SONA	PT Sona Topas Tourism Industry Tbk
		K. Holding and Other Investment Companies ( 3 )
308	BNBR	PT Bakrie & Brothers Tbk
309	BMTR	PT Bimantara Citra Tbk
310	PLAS	PT Palm Asia Corpora (Plaspak Prima Industri) Tbk
		L. Others ( 20 )
311	ABBA	PT Abdi Bangsa Tbk
312	ARTI	PT Arona Binasejati Tbk
313	ASIA	PT Asiana grain International Tbk (d/h Asiana Multikreasi)
314	BTEK	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk
315	CENT	PT Centrin Online Tbk
316	CITA	PT Cipta Panelutama Tbk
317	CMNP	PT Citra Marga Nusaphala Persada Tbk
318	DNET	PT Dyviacom Intrabumi Tbk
319	FORU	PT Fortune Indonesia Tbk
320	GEMA	PT Gema Graha Sarana Tbk
321	INDX	PT Indoexchange Tbk
322	IDKM	PT Indosiar Karya Media Tbk
323	IATG	PT Infoasia Teknologi Global Tbk
324	ITTG	PT Integrasi Teknologi Tbk
325	JTPE	PT Jasuindo Tiga Perkasa Tbk
326	KOPI	PT Korpora Persada Investama Tbk (Kopitime Dot Com)
327	LMAS	PT Limas Centric Indonesia Tbk
328	LPLI	PT Lippo E-Net Tbk
329	SCMA	PT Surya Citra Media Tbk
330	TMFO	PT Tempo Inti Media Tbk

Sumber: *Indonesian Capital Market Directory, 2005*, diolah kembali

## Lampiran 5

**Daftar Nama Perusahaan yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta (BEJ)  
dengan Data Laporan Keuangan yang Tidak Lengkap**

Kelompok Industri	Nama Perusahaan dengan Laporan Keuangan Tidak Lengkap		Jumlah
B. Animal Feed and Husbandry	TRPK	PT Multi Agro Persada Tbk	1
C. Mining and Mining Service	ENRG	PT Energi Mega Persada Tbk (listed tahun 2004)	2
	PGAS	PT Perusahaan Gas Negara (Pesero) Tbk (listed tahun 2003)	
D. Contruction ( 3 )	ADHI	PT Adhi karya (Persero) Tbk (listed tahun 2004)	2
	BUKK	PT Bukaka Teknik Utama Tbk	
<b>E. Manufacturing</b>			
1. Food and Beverages	SHDA	PT Sari Husada Tbk	1
3. Textile Mill Products ( 9 )	ERTX	PT Eratex Djaja Tbk	1
4. Apparel and Other Textile Products ( 16 )	GRIV	PT Great River International Tbk	5
	MYRX	PT Hanson International Tbk	
	GDWU	PT Kasogi International Tbk	
	RYAN	PT Ryane Adibusana Tbk	
	SRSN	PT Sarasa Nugraha Tbk	
7. Chemical and allied Products ( 8 )	POLY	PT Polysindo Eka Perkasa	1
8. Adhesive ( 4 )	KKGI	PT Resources Alam Indonesia Tbk (Kurnia Kapuas Utama Glue Industries)	1
9. Plastics and Glass Products ( 13 )	AKKU	PT Aneka Kemasindo Utama Tbk (listed tahun 2004)	3
	SIMA	PT Siwani Makmur Tbk	
	SMPL	PT Summitplast Tbk	
14. Machinery ( 1 )	KOMI	PT Komatsu Indonesia Tbk	1
17. Automotive and Allied Products ( 19 )	ACAP	PT Andhi Chandra Automotive Products Tbk	3
	SQMI	PT Sanex Qianjiang Motor International Tbk (listed tahun 2004)	
	SMSM	PT Selamat Seirpurna Tbk	
19. Pharmaceuticals ( 10 )	SQBI	PT Brito-Myers Squibt Indonesia Tbk	5
	DNKS	PT Dankos Laboratories Tbk	
	MERK	PT Merck Tbk	
	PYFA	PT Pyridam Farma Tbk	
	SCPI	PT Schering Plough Indonesia Tbk	

Dilanjutkan pada halaman berikutnya ...



## LAMPIRAN 5

Lanjutan.....

Kelompok Industri	Nama Perusahaan dengan Laporan Keuangan Tidak Lengkap		Jumlah
H. Whole Sale and Retail Trade (14)	META	PT Metamedia Technologies Tbk	2
	MAPI	PT Mitra Adiperkasa Tbk (Listed tahun 2004)	
<b>I. Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance &amp; Real Estate</b>			
1. Banking (23)	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk (listed 2003)	2
	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (listed 2003)	
2. Credit Agencies Other than Bank (13)	ADMF	PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk (listed tahun 2004)	10
	BFIN	PT BFI Finance Indonesia Tbk	
	BBLD	PT Bina Danatama Finance Tbk	
	CFIN	PT Clipan Finance Indonesia Tbk	
	DEFI	PT Danasupra Erapacific Tbk	
	GSMF	PT Equity Development Investment Tbk	
	MTFN	PT Global Financindo Tbk	
	INCF	PT Indocitra Finance Tbk	
	LPPF	PT Pacific Utama (d/f Lippo Pacific) Tbk	
	SMMA	PT Sinar Mas Multiartha Tbk	
	TRUS	PT Trust Finance Indonesia Tbk	
3. Securities (13)	WOMF	PT Wahana Ottomitra Multiartha Tbk (listed tahun 2004)	7
	APIC	PT Artha Pasifik Internasional Tbk	
	BCAP	PT Bhakti Capital Indonesia Tbk	
	BHIT	PT Bhakti Investama Tbk	
	LPPS	PT Lippo Securities Tbk	
	MKDO	PT Makindo Tbk	
	UNIT	PT United Capital Indonesia Tbk	
4. Insurances (11)	YULE	PT Yulie Sekurindo Tbk (listed tahun 2004)	1
ASJT	PT Asuransi Jasa Tania Tbk (listed tahun 2003)		
5. Real Estate and Property (38)	MAMI	PT Mas Murni Indonesia Tbk	3
	MLND	PT Mutialand Tbk	
	PJAA	PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk (listed 2004)	
L. Others (20)	ABBA	PT Abdi Bangsa Tbk	6
	ARTI	PT Arona Binasejati Tbk (listed tahun 2003)	
	BTEK	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk (listed 2004)	
	CENT	PT Centrin Online Tbk	
	IDKM	PT Indosiar Karya Media Tbk (listed tahun 2004)	
	KOPI	PT Korpora Persada Investama Tbk (Kopitime Dot Com)	
<b>JUMLAH</b>			<b>59</b>

Sumber: Indonesian Capital Market Directory, 2005, diolah kembali

## LAMPIRAN 6

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	Lengkap	
<b>A. Agriculture, Forestry and Fishing (7)</b>				
2	1	AALI	PT Astra Agro Lestari Tbk	investor@astra-agro.co.id
4	2	UNSP	PT Bakrie Sumatra Plantations Tbk	investor@bakriesumatera.com
5	3	DSFI	PT Dharma Samudera Fishing Industries Tbk	dharmas1@cbn.net.id
6	4	IIKP	PT Inti Kapuas Arowana (Inti Indah Karya Plasindo) Tbk	www.iikp.com
7	5	LSIP	PT PP London Sumatera Tbk	lonsum@londonsumatera.com
<b>B. Animal Feed and Husbandry (7)</b>				
8	6	CPIN	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	cpi@cbn.net.id
10	7	FISH	PT Fishindo Kusuma Sejahtera Tbk	fishindo@cbn.net.id
11	8	JPFA	PT JAPFA Tbk	headoffice@japfacomfeed.co.id
13	9	MBAI	PT Multibreeder Adirama Indonesia Tbk	mbaiho@japfacomfeed.co.id / edllyp@japfacomfeed.co.id
14	10	WAPO	PT Wahana Phonix Mandiri Tbk	phonix@indo.net.id
<b>C. Mining and Mining Service (11)</b>				
15	11	ANTM	PT Aneka Tambang (Antam) Tbk	corsec@antam.com
16	12	APEX	PT Apexindo Pratama Duta Tbk	www.apexindo.com
17	13	BUMI	PT Bumi Resources Tbk	www.burniresources.com
18	14	CNKO	PT Central Korporindo Internasional Tbk	info@ceniko.com
19	15	CITAH	PT Citatah Industri Marmer Tbk	citatah@citatah.co.id
20	16	ENRG	PT Energi Mega Persada Tbk (listing tahun 2004)	www.energi-mp.com
21	17	INCO	PT Internasional Nickel Indonesia Tbk	www.inco.com
22	18	MEDC	PT Medco Energi Internasional Tbk	cisca.alimin@medcoenergi.com
23	19	PGAS	PT Perusahaan Gas Negara (Pesero) Tbk (listed tahun 2003)	investor_realtion-pgn-group@pgn.co.id
24	20	PTBA	PT Tambang Batu Bara Bukit Asam (Pesero) Tbk	ebudhiwijayanto@bukitasam.co.id
25	21	TINS	PT Timah (Perserc) Tbk	investorRelation@pttimah.co.id



## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	LINGKAP	
			<b>D. Contruction ( 3 )</b>	
26	22	ADHI	PT Adhi karya (Persero) Tbk (listed tahun 2004)	kunardi_gularso@adhi-karya.com
28	23	PTRO	P1 Petrosea Tbk	listing@petrosea.com / ria.djunaedi@petrosea.com
			<b>E. Manufacturing</b>	
			<b>E1. Food and Beverages ( 20 )</b>	
30	24	AQUA	PT Aqua Golden Mississippi Tbk	agm@aquacorp.com
31	25	CEKA	PT Cahaya Kalbar Tbk	ceka@dnet.net.id
33	26	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk	Fakih@sanmiguel.com.hk
34	27	FAST	PT Fast Food Indonesia Tbk	jd.juwono@kfcindonesia.com
35	28	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	www.indofood.co.id
36	29	MYOR	PT Mayora Indah Tbk	myor@mayora.co.id
37	30	MLBI	PT Multi Bintang indonesia Tbk	www.multibintang.co.id
39	31	PSDN	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk	corp_sec@prasadha.co.id / nanny@prasadha.co.id
41	32	SKLT	PT Sekar Laut Tbk	sklat@rad.net.id
42	33	SITP	PT Siantar TOP Tbk	p&csti@sby.mega.net.id
43	34	SIPD	PT Sierad Produce Tbk	sierad@centrin.net.id
44	35	SMAR	PT SMART Tbk	investor@smart-corp.com
45	36	SUBA	PT Suba Indah Tbk	subaindah@subaindah.com
46	37	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (Asia Intiselera)	info@asiaintiselera.com
47	38	TBLA	PT Tunas Bandar Lampung Tbk	tbl@cbn.net.id
			<b>E2. Tobacco Manufactures ( 4 )</b>	
49	39	BATI	PT BAT Indonesia Tbk	www.bat-indonesia.com
50	40	RMBA	PT Bentoel International Investama Tbk	chrisdianto@bentoel.co.id
52	41	HMSP	PT HM Sampoerna Tbk	ekasih@sampoerna.co.id

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	LENGKAP	
			<b>E3. Textile Mill Products ( 9 )</b>	
53	42	ARGO	PT Argo Pantes Tbk	webmaster@argo.co.id / supriadi.ap@argo.co.id
55	43	ERTX	PT Eratex Djaja Tbk	erajkt@rad.net.id / hwahyu@eratex.co.id
59	44	SSTM	PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	fncstm@melsa.net.id
60	45	TFCO	PT TIFICO Tbk	www.teijin.co.id
61	46	TEJA	PT Textile Manufacturing Company Jaya (Texmaco Jaya) Tbk	guru@ibm.net.id
			<b>E4. Apparel and Other Textile Products ( 16 )</b>	
62	47	MYTX	PT APAC Citra Centertex Tbk	apatex@ibm.net.id
64	48	ESTI	PT Ever Shine Textile Industry Tbk	est@dnet.net.id
65	49	FMII	PT Fortune Mate Indonesia Tbk	fmii@indosat.net.id
68	50	INDR	PT Indorama Synthetics Tbk	www.indorama.com
69	51	KARW	PT Karwil Indonesia Tbk	Karwel@Rad.net.id
72	52	BIMA	PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk	pfc6221@indosat.net.id
75	53	SRSN	PT Sarasa Nugraha Tbk	investor.Relations@sarasa- nugraha.com
76	54	BATA	PT Sepatu Bata Tbk	jakarta@bataindonesia.com
			<b>E5. Lumber and Wood Products ( 5 )</b>	
78	55	BRPT	PT Barito Pacific Timber Tbk	corpsec@barito.co.id / bening@barito.co.id
79	56	DSUC	PT Daya Sakti Unggul Corporation Tbk	www.dsuc.co.id
80	57	SULI	PT Sumalindo Lestari Jaya Tbk	investor@sumalindo.com / hasnawiyah.kono@sumalindo.com
81	58	SUDI	PT Surya Dumai Industri Tbk	irwanaten@sdg.co.id

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	LENGKAP	
			<b>E6. Paper and Allied Products ( 5 )</b>	
83	59	FASW	PT Fajar Surya Wisesa Tbk	<a href="http://www.fasw.co.id">www.fasw.co.id</a>
85	60	TKIM	PT Pabrik Ketas Tjiwi Kimia	<a href="http://www.tjiwi.co.id">www.tjiwi.co.id</a>
86	61	SPMA	PT Suparma Tbk	<a href="mailto:856fi@suparma.surabaya.org">856fi@suparma.surabaya.org</a>
87	62	SAIP	PT Surabaya Agung Industry Pulp Tbk	<a href="mailto:anto@surabayakertas.com">anto@surabayakertas.com</a> / <a href="mailto:lrd@suryakertas.com">lrd@suryakertas.com</a>
			<b>E7. Chemical and allied Products ( 8 )</b>	
88	63	AKRA	PT AKR Corporindo Tbk	<a href="http://www.akr.co.id">www.akr.co.id</a>
89	64	BUDI	PT Budi Acid Jaya Tbk	<a href="http://www.budiacidjaya.com">www.budiacidjaya.com</a>
90	65	CLPI	PT Colorpak Indonesia Tbk	<a href="mailto:colorp@indosat.net.id">colorp@indosat.net.id</a>
91	66	ETWA	PT Eterindo Wahanatama Tbk	<a href="http://www.eterindo.com">www.eterindo.com</a>
92	67	LTLS	PT Lautan Luas Tbk	<a href="mailto:hsantoso@ltl.co.id">hsantoso@ltl.co.id</a> / <a href="mailto:bambang@ltl.co.id">bambang@ltl.co.id</a>
94	68	SOBI	PT Sorini Corporation Tbk	<a href="http://www.sorini.co.id">www.sorini.co.id</a>
95	69	UNIC	PT Unggul Indah Cahaya Tbk	<a href="mailto:unggul6@rad.net.id">unggul6@rad.net.id</a>
			<b>E8. Adhesive ( 4 )</b>	
97	70	EKAD	PT Ekadhama Tape Industries Tbk	<a href="mailto:etitng@indosat.net.id">etitng@indosat.net.id</a>
98	71	INCI	PT Intanwijaya Internasional Tbk	<a href="mailto:intan@rad.net.id">intan@rad.net.id</a> / <a href="mailto:contact@intanwijaya.com">contact@intanwijaya.com</a>
99	72	KKGI	PT Resources Alam Indonesia Tbk (Kumia Kapuas Utama Glue Industries)	<a href="http://www.kalbe.co.id">www.kalbe.co.id</a>
			<b>E9. Plastics and Glass Products ( 13 )</b>	
101	73	AKRI	PT Argha Karya Prima Industry Tbk	<a href="mailto:ify-dulam@arghakarya.com">ify-dulam@arghakarya.com</a> / <a href="mailto:mkt@arkaprin.co.id">mkt@arkaprin.co.id</a>
102	74	AMFG	PT Asahimas Flat Glass Tbk	<a href="mailto:asahimas@cbn.net.id">asahimas@cbn.net.id</a>
103	75	APLI	PT Asia Plast Industries Tbk	<a href="mailto:mawjkt@indosat.net.id">mawjkt@indosat.net.id</a>
104	76	BRNA	PT Berlina Tbk	<a href="mailto:brna-&lt;br/&gt;KA@pasuruan.wasantara.net.id">brna- KA@pasuruan.wasantara.net.i d</a>
105	77	DYNA	PT Dynaplast Tbk	<a href="mailto:g.tjokro@paboxes.com">g.tjokro@paboxes.com</a>
108	78	LMP!	PT Langgeng Makmur Industri Ltd Tbk	<a href="mailto:corpsec@langgengmakmur.com">corpsec@langgengmakmur.co m</a>
109	79	LAPD	PT Lapindo International Tbk	<a href="http://www.lapindo.com">www.lapindo.com</a>
112	80	TRST	PT Trias Sentosa Tbk	<a href="http://www.triassentosa.co.id">www.triassentosa.co.id</a>

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	LENGKAP	
			<b>E10. Cement ( 3 )</b>	
113	81	INTP	PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	corpsec@ibm.net / csoitp@cbn.net.id
114	82	SMCB	PT Semen Cibinong Tbk	corp@semen-dbinong.com
115	83	SMGR	PT Semen Gresik (Persero) Tbk	ptsg@sg.sggpr.com
			<b>E11. Metal and Allied Products (12)</b>	
116	84	ALKA	PT Alakasa Industrindo Tbk	alkasa@ub.net.id
117	85	ALMI	PT Alumindo Light Metal Industry Tbk	www.alumindo.com
119	86	CTBN	PT Citra Tubindo Tbk	www.citraturbindo.com
120	87	INAI	PT Indal Aluminium Industry Tbk	indal@indalcorp.com
121	88	JKSW	PT Jakarta Kyoei Steel Works Tbk	JKSW@email.com
124	89	LION	PT Lion Metal Works Tbk	www.lionmetal.co.id
125	90	PICO	PT Pelangi Indah Canindo Tbk	pelangi@rad.net.id
127	91	TIRA	PT Tira Austenite Tbk	www.tiraaustenite.com
			<b>E12. Fabricated Metal Products ( 2 )</b>	
128	92	KICI	PT Kedaung Indah Can Tbk	ckedauni@indosat.net.id
129	93	KDSI	PT Kedawung Setia Industrial Tbk	kdsi_ind@rad.net.id
			<b>E13. Stone, Clay, Glass and Concrete Products ( 4 )</b>	
130	94	ARNA	PT Arwana Citramulia Tbk	corsec@arwanacitra.com
131	95	IKAI	PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk	kumiadi@essenza.com
132	96	MLIA	PT Mulia Industrindo Tbk	www.muliaindustrindo.com
133	97	TOTO	PT Surya Toto Indonesia Tbk	hrd@toto.co.id / www.toto.co.id

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	LENGKAP	
			E14. Machinery ( 1 )	
			E15. Cable ( 6 )	
135	98	KBLI	PT GT Kabel Indonesia Tbk	gtki@gtg.co.id
136	99	JECC	PT Jembo Cable Company Tbk	jembojkt@prima.net.id
137	100	KBLM	PT Kabelindo Murni Tbk	kabelind@rad.net.id
139	101	SCCO	PT Supreme Cable Manufacturing Corporation Tbk (Sucaco)	www.sucaco.com
140	102	VOKS	PT Voksel Electric Tbk	ve@voksel.co.id
			E16. Electronic and Office Equipment ( 3 )	
141	103	ASGR	PT Astra Graphia Tbk	info-corporate@astragraphia.co.id
142	104	MTDL	PT Metrodata Electronics Tbk	investor-relations@metrodata.co.id
143	105	MLPL	PT Multipolar Corporation Tbk	multipolar@multipolar.co.id
			17. Automotive and Allied Products ( 19 )	
145	106	ASII	PT Astra International Tbk	aminuddin@ai.astra.co.id / www.astra.co.id
146	107	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk	auto@componentastra.co.id
147	108	BRAM	PT Branta Mulia Tbk	vonnynj@branta-mulia.co.id / www.brantamulia.com
148	109	GJTL	PT Gajah Tunggal Tbk	gt@gtg.co.id
149	110	GDYR	PT Goodyear Indonesia Tbk	www.goodyear-indonesia.com
150	111	ADMG	PT GT Petrochem Industries Tbk	gtpi@gtg.co.id
151	112	HEXA	PT Hexindo Adiperkasa Tbk	irfin@hexindo-tbk.co.id
152	113	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk	csimg@cbn.net.id / cfimg@cbn.net.id
153	114	INDS	PT Indospring Tbk	ispin1@rad.net.id
154	115	INTA	PT Intraco Penta Tbk	corpsec@ho.intracopenta.com
156	116	NIPS	PT Nipress Tbk	nipress@rad.net.id
161	117	TURI	PT Tunas Ridean Tbk	ctunas2@indosat.net.id
162	118	UNTR	PT United Tractors Tbk	ir@unitedtractors.com

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	LENGKAP	
			<b>E18. Photographic Equipment ( 3 )</b>	
163	119	INTD	PT Inter Delta Tbk	corpsecr@interdelta.co.id
164	120	MDRN	PT Modern Photo Film Company Tbk	hf@modemgroup.co.id
165	121	KONI	PT Perdana Bangun Pusaka Tbk	at0809pgg@indosat.net.id
			<b>E19. Pharmaceuticals ( 10 )</b>	
166	122	SQBI	PT Brito-Myers Squibb Indonesia Tbk	www.bms.com
168	123	DVLA	PT Darya-Varia Laboratoria Tbk	info@darya-varia.com
169	124	INAF	PT Indofarma (Persero) Tbk	www.indofarma.co.id
170	125	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk	info@kalbe.co.id
171	126	KAEF	PT Kimia Farma (Persero) Tbk	ipo@kimiafarma.co.id
172	127	MERK	PT Merck Tbk	wolf@merck.co.id
173	128	PYFA	PT Pyridam Farma Tbk	pyridam@universalmail.com
174	129	SCPI	PT Schering Plough Indonesia Tbk	schering@uninet.net.id
175	130	TSPC	PT Tempo Scan Pacific Tbk	www.pttempo.com
			<b>E20. Consumer Goods ( 3 )</b>	
176	131	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk	secret@tancho.co.id
177	132	MRAT	PT Mustika Ratu Tbk	inf@mustika-ratu.co.id
178	133	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk	unvr.indonesia@unilever.com

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	Lengkap	
			<b>F. Transportaion Service ( 9 )</b>	
179	134	BLTA	PT Berlian Laju Tanker Tbk	investor@blt.co.id / kevinwong@blt.co.id
180	135	CMPP	PT Centris Multi Persada Pratama Tbk	cmpp97@rad.net.id
181	136	HITS	PT Humpuss Intermoda Transportasi Tbk	hits@humpussintermoda.co.id
182	137	MIRA	PT Mitra Rajasa Tbk	mitratbk@cbn.net.id
183	138	TMAS	PT Pelayaran Tempuran Emas Tbk	corp_sec@temasline.com
184	139	RIGS	PT Rig Tenders Indonesia Tbk	rtacc@rigtenders.co.id
185	140	SMDR	PT Samudera Indonesia Tbk	www.samudera.com
186	141	SAFE	PT Steady Safe Tbk	steady_safe@attglobal.net
187	142	ZBRA	PT Zebra Nusantara Tbk	znusanta@indosat.net.id
			<b>G. Communication ( 2 )</b>	
188	143	ISAT	PT INDOSAT (Persero) Tbk	investor@indosat.com
189	144	TLKM	PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	www.telkom.co.id
			<b>H. Whole Sale and Retail Trade ( 14 )</b>	
190	145	AIMS	PT Akbar Indo Makmur Stimec Tbk	stimec@centrin.net.id
192	146	ALFA	PT Alfa Retailindo Tbk	surjadi_budiman.alfa@sampcema.co.id
194	147	HERO	PT Hero Supermarket Tbk	vivien@hero.co.id
195	148	MPPA	PT Matahari Putra Prima Tbk	www.matahari.co.id
197	149	SDPC	PT Milenium Pharmacon International Tbk	lym@pacific.net.id
198	150	MAPI	PT Mitra Adiperkasa Tbk (Listed tahun 2004)	corporate.secretary@map.co.id
199	151	RALS	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk	rich@ramayana.co.id
201	152	TGKA	PT Tigaraksa Satria Tbk	tira@dn.net.id
202	153	TKGA	PT Toko Gunung Agung Tbk	avied@tokogunungagung.com
203	154	WICO	PT Wicaksana Overseas International Tbk	www.wicaksana.co.id

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	Lengkap	
			H. Banking, Credit Agencies Other Than Bank, Securities, Insurance and Real Estate	
			H1. Banking ( 23 )	
204	155	ANKB	PT Bank Arta Niaga Kencana Tbk	ankbsy@yahoo.com
205	156	INPC	PT Bank Artha Graha Internasional Tbk	www.arthagraha.com
206	157	BBIA	PT Bank Buana Indonesia Tbk	corsec@bankbuanaina.co.id
207	158	BABP	PT Bank Bumiputera Indonesia Tbk	bank@bumiputra.co.id
208	159	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk	raymon_yonarto@bca.co.id
209	160	BCIC	PT Bank Century Tbk	CICkpn@infoasia.net
210	161	BDMN	PT Bank Danamon Tbk	corpsec@danamon.co.id
211	162	BEKS	PT Bank Eksekutif Internasional Tbk	www.bankeksekutif.co.id
212	163	BNII	PT Bank Internasional Indonesia Tbk	bii-info@idola.net.id
214	164	LPBN	PT Bank Lippo Tbk	eswitha-mulia@lippobank.co.id
215	165	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk (listed tahun 2003)	www.bankmandiri.co.id
216	166	MAYA	PT Bank Mayapada Internasional Tbk	mayapada@cbn.net.id / mayapada@bankmayapada.com
217	167	MEGA	PT Bank Mega Tbk	www.bankmega.com
218	168	BBNI	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	hissek01@bni.co.id
219	169	BNGA	PT Bank Niaga Tbk	rhasan@bniaga.co.id
220	170	NISP	PT Bank NISP Tbk	www.banknisp.com
221	171	BBNP	PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk	afandi@bankbnp.com / mario@bankbnp.com
222	172	PNBN	PT Bank Pan Indonesia Tbk (Panin Bank)	jasman@panin.co.id
223	173	BNLI	PT Bank Permata Tbk	jdjajanto@bancbali.co.id
224	174	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (listed tahun 2003)	www.bri.co.id
225	175	BSWD	PT Bank Swadesi Tbk	swadesi@attglobal.net



## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	Lengkap	
			<b>H2. Credit Agencies Other than Bank ( 13 )</b>	
227	176	ADMF	PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk (listed tahun 2004)	-
226	177	BFIN	PT BFI Finance Indonesia Tbk	www.bfi.co.id
229	178	SBLD	PT Bina Danatama Finance Tbk	bianadana@cbn.net.id / binadana_cs@cbn.net.id
230	179	CFIN	PT Ciipan Finance Indonesia Tbk	Corporate_Secretary@clipan.com
231	180	DEFI	PT Danasupra Erapacific Tbk	danapac@cbn.net.id
239	181	WOMF	PT Wahana Ottomitra Multiartha Tbk (listed tahun 2004)	www.wom.co.id
			<b>H3. Securities ( 13 )</b>	
241	182	ARTA	PT Arthavest Tbk	cs@arthasecurities.com
242	183	AKSI	PT Asia Kapitalindo Securities Tbk	kcasia@cbn.net.id
249	184	PANS	PT Panin Securities Tbk	pans@paninsekuritas.com
250	185	TRIM	PT Trimegah Securities Tbk	www.trimegah.com
			<b>H4. Insurances ( 11 )</b>	
253	186	ABDA	PT Asuransi Bina Dana Arta Tbk	abda-inswds@abdainsurance.co.id
254	187	ASBI	PT Asuransi Bintang Tbk	bintang@asuransibintang.com
255	188	ASDM	PT Asuransi Dayin Mitra Tbk	csecretary@dayinmitra.co.id
256	189	AHAP	PT Asuransi Harta Aman Pratama Tbk	www.asuransi-harta.co.id
257	190	ASJT	PT Asuransi Jasa Tania Tbk (listed tahun 2003)	ajstania@jasatania.co.id
258	191	ASRM	PT Asuransi Ramayana Tbk	sri.handayani@ramayanains.com
259	192	LPGI	PT Lippo General Insurance Tbk	lgjkt@rad.net.id
260	193	MREI	PT Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk	merein@idola.net.id
261	194	PNIN	PT Panin Insurance Tbk	pcd21@dnet.net.id
262	195	PNLF	PT Panin Life Tbk	www.paninlife.co.id
263	196	POOL	PT Pool Advista Indonesia Tbk	paind@indosat.net.id

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	LINGKAP	
			H5.Real Estate and Property(38 )	
264	197	ELTY	PT Bakrieland Development Tbk	www.bakrieland.com
265	198	BIPP	PT Bhuanatala Indah Permai Tbk	corsec@bipp.co.id
266	199	BMSR	PT Bintang Mitra Semestaraya Tbk	ristia@indo.net.id
267	200	BKSL	PT Bukit Sentul Tbk	www.bukitsentul.co.id / sadbs@idola.net.id
268	201	CKRA	PT Ciptojaya Kontrindoreksa Tbk	ristia08@indo.net.id
269	202	CTRA	PT Ciputra Development Tbk	www.ciputra.com / investor@ciputra.com
270	203	CTRS	PT Ciputra Surya Tbk	www.ciputrasurya.com / investor@ciputra.com
271	204	DILD	PT Dharmala Intiland Tbk	www.dharmala-intiland.com
272	205	DART	PT Duta Anggada Realty Tbk	greg@dart.co.id / www.dutaanggada.com
273	206	DUTI	PT Duta Pertiwi Tbk	duti@simasred.com
275	207	MORE	PT Indonesia Prima Property Tbk	www.ipp-property.info
278	208	JSPT	PT Jakarta Setiabudi Internasional Tbk	www.jsi.co.id
279	209	JRPT	PT Jaya Real Property Tbk	www.jayaproperty.com
281	210	KIJA	PT Kawasan Industri Jababeka Tbk	www.jababeka.com
283	211	LAMI	PT Lamicitra Nusantara Tbk	www.lamicitra.co.id
284	212	LPCK	PT Lippo Cikarang Tbk	mislipck@cbn.net.id
285	213	LPKR	PT Lippo Karawaci Tbk	lipkar@indosat.net.id
287	214	MTSM	PT Metro Supermarket Realty Tbk	ts@uninet.net.id
290	215	PTRA	PT New Century Development (Putra Surya Perkasa) Tbk	psp2@indosat.net.id
291	216	PWON	PT Pakuwon Jati Tbk	pakuwon@rad.net.id
293	217	PJAA	PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk (listed tahun 2004)	pja@ancol.com
294	218	PNSE	PT Pudjiadi & Sons Estate Tbk	acctjhr@indo.net.id
296	219	RBMS	PT Ristia Bintang Mahkotasejati Tbk	ristia08@indo.net.id
298	220	SMRA	PT Summarecon Agung Tbk	www.summarecon.cm / John@centrin.net.id
299	221	SSIA	PT Surya Semesta Internusa Tbk	www.suryainternusa.com

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	LENGKAP	
			<b>I. Hotel and Travel Service ( 6 )</b>	
302	222	ANTA	PT Anta Express Tour & Travel Service Tbk	antatour@cbn.net.id
303	223	BAYU	PT Bayu Euana Tbk	office@bayubuanatravel.com
304	224	SHID	PT Hotel Sahid Jaya International Tbk	corpsec_hsjj@cbn.net.id
305	225	PANR	PT Panorama Sentrawisata Tbk	plg2005@cbn.net.id
306	226	PLIN	PT Plaza Indonesia Realty Tbk	www.pir.co.id
307	227	SONA	PT Sona Topas Tourism Industry Tbk	idpjkt@centrin.net.id
			<b>J. Holding and Other Investment Companies ( 3 )</b>	
308	228	BNBR	PT Bakrie & Brothers Tbk	www.bakrie.co.id / management@bakrie.co.id
309	229	BMTR	PT Bimantara Citra Tbk	www.bimantara.co.id / nurani@bimantara.co.id
			<b>K. Others ( 20 )</b>	
313	230	ASIA	PT Asiana grain International Tbk (d/h Asiana Multikreasi)	nyoman@asianatoys.com
314	231	BTEK	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk (listed tahun 2004)	unggul@teknokultura.com
315	232	CENT	PT Centrin Online Tbk	hq@centrin.net.id
316	233	CITA	PT Cipta Panelutama Tbk	ciptanel@rad.net.id
317	234	CMNP	PT Citra Marga Nusaphala Persada Tbk	citramarga@citra.co.id
318	235	DNET	PT Dyviacom Intrabumi Tbk	www.dyvia.com / mayasari@dnet.net.id
319	236	FORU	PT Fortune Indonesia Tbk	www.fortuneindo.com / www.fortunecorporation.com
321	237	INDX	PT Indoexchange Tbk	www.indoexchange.com / susanto.kusnadi@indoexchange.com
322	238	IDKM	PT Indosiar Karya Media Tbk (listed tahun 2004)	www.indosiar.com

## LAMPIRAN 6

Lanjutan .....

## DAFTAR EMAIL PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BEI

NO BEI	NO URUT	NAMA PERUSAHAAN		EMAIL
		SINGKAT	LENGKAP	
			Lanjutan..... K. Others ( 20 )	
323	239	IATG	PT Infoasia Teknologi Global Tbk	www.infoasia.com
324	240	ITTG	PT Integrasi Teknclogi Tbk	www.integrasi.com
325	241	JTPE	PT Jasuindo Tiga Perkasa Tbk	www.jasuindo.co.id / sales@jasuindo.co.id
327	242	LMAS	PT Limas Centric Indonesia Tbk	www.limas.com
328	243	LPLI	PT Lippo E-Net Tbk	www.lippo-e-net.com / santi@lippolife.com
329	244	SCMA	PT Surya Citra Media Tbk	www.scm.co.id
330	245	TMPO	PT Tempo Inti Media Tbk	www.tempointeraktif.com / cs_tempo.co.id
Sumber: <i>Indonesian Capital Market Directory, 2005</i> , diolah kembali				

## LAMPIRAN 7

**Tabel L.7.1**  
**Hasil Print-out Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja**  
**pada Perusahaan yang Go Public di BEI**  
**Berdasarkan Kelompok Industri**

Kelompok Industri	Beta	T	Sig.	R	R <sup>2</sup>	Hasil
A. Agriculture, Forestry and Fishing (7)	0.85	3.66	0.02	.853(a)	0.73	S
B. Animal Feed and Husbandry (7)	-0.22	-0.45	0.68	.218(a)	0.05	TS
C. Mining and Mining Service (11)	0.67	2.38	0.05	.668(a)	0.45	S
D. Construction (3)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	G
E. Manufac Turing						
1. Food and Beverages (20)	0.35	1.56	0.14	.354(a)	0.13	TS
2. Tobacco Manufactures (4)	0.28	0.41	0.72	.279(a)	0.08	TS
3. Textile Mill Products (9)	-0.33	-0.85	0.43	.329(a)	0.11	TS
4. Apparel and Other Textile Products	0.50	1.73	0.12	.499(a)	0.25	TS
5. Lumber and Wood Products (5)	0.03	0.05	0.96	.030(a)	0.00	TS
6. Paper and Allied Products (5)	0.41	0.79	0.49	.414(a)	0.17	TS
7. Chemical and allied Products (8)	0.36	0.87	0.43	.361(a)	0.13	TS
8. Adhesive (4)	-0.78	-1.23	0.44	.776(a)	0.60	TS
9. Plastics & Glass Products (13)	0.59	2.09	0.07	.594(a)	0.35	TS
10. Cement (3)	1.00	30.52	0.02	.999(a)	1.00	S
11. Metal and Allied Products (12)	0.22	0.71	0.50	.218(a)	0.05	TS
12. Fabricated Metal Products (2)	1.00			1.000(a)	1.00	G
13. Stone, Clay, Glass & Concrete Product	0.51	0.83	0.50	.505(a)	0.26	TS
14. Machinery (1)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	G
15. Cable (6)	0.91	4.38	0.01	.910(a)	0.83	S
16. Electronic & Office Equipment	0.19	0.20	0.88	.192(a)	0.04	TS
17. Automotive and Allied Products	0.70	3.67	0.00	.700(a)	0.49	S
18. Photographic Equipment (3)	-0.56	-0.67	0.63	.555(a)	0.31	TS
19. Pharmaceuticals (10)	0.39	0.74	0.52	.391(a)	0.15	TS
20. Consumer Goods (3)	0.79	1.30	0.42	.793(a)	0.63	TS
F. Transportation Service (9)	0.56	1.77	0.12	.557(a)	0.31	TS
G. Communication (2)	-1.00			1.000(a)	1.00	G
H. Whole Sale and Retail Trade (14)	0.33	1.09	0.30	.326(a)	0.11	TS
I. Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance & Real Estate						
1. Banking (23)	0.71	4.43	0.00	.713(a)	0.51	S
2. Credit Agencies Other than Bank	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	TS
3. Securities (13)	-0.05	-0.09	0.93	.045(a)	0.00	TS
4. Insurances (11)	0.31	0.91	0.39	.307(a)	0.10	TS
5. Real Estate and Property (38)	0.45	2.91	0.01	.452(a)	0.20	S
J. Hotel and Travel Service (6)	0.78	2.45	0.07	.775(a)	0.60	TS
K. Holding & Other Invest. Companies	1.00	37.88	0.02	1.000(a)	1.00	S
L. Others (20)	0.59	2.55	0.03	.593(a)	0.35	S

Sumber: Hasil Print-out perhitungan dengan Software SPSS Ver.11.5, diolah kembali

## LAMPIRAN 7

Tabel L.7.2.  
 Hasil Print-out Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja  
 pada Perusahaan yang Go Public di BEI  
 Berdasarkan Gabungan Kelompok Industri

Kelompok Industri	Beta	T	Sig.	R	R <sup>2</sup>	Hasil
M. Semua Populasi	0.28	4.76	0.00	.278(a)	0.08	S
N. Semua Manufacturing	0.28	3.25	0.00	.277(a)	0.08	S
O. Semua Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance & Real Estate	0.19	1.65	0.10	.192(a)	0.04	TS

Sumber: Hasil Print-out perhitungan dengan Software SPSS Ver.11.5, diolah kembali

Tabel L.7.3.

Hasil Print-out Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja  
 pada Perusahaan yang Go Public di BEI  
 Berdasarkan Kelompok Industri yang Gagal

Kelompok Industri	Beta	T	Sig.	R	R <sup>2</sup>	Hasil
D. Construction ( 3 )	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	G
E. Manufacturing						
12. Fabricated Metal Products ( 2 )	1.00	.	.	1.000(a)	1.00	G
14. Machinery ( 1 )	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	G
G. Communication ( 2 )	-1.00	.	.	1.000(a)	1.00	G

Sumber: Hasil Print-out perhitungan dengan Software SPSS Ver.11.5, diolah kembali

## LAMPIRAN 7

Tabel L.7.4.

**Hasil Print-out Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja pada Perusahaan yang Go Public di BEI Berdasarkan Kelompok Industri yang Tidak Signifikan**

Kelompok Industri	Beta	T	Sig.	R	R <sup>2</sup>	Hasil
B. Animal Feed and Husbandry ( 7 )	-0.22	-0.45	0.68	.218(a)	0.05	TS
<b>E. Manufacturing</b>						
1. Food and Beverages ( 20 )	0.35	1.56	0.14	.354(a)	0.13	TS
2. Tobacco Manufactures ( 4 )	0.28	0.41	0.72	.279(a)	0.08	TS
3. Textile Mill Products ( 9 )	-0.33	-0.85	0.43	.329(a)	0.11	TS
4. Apparel and Other Textile Products	0.50	1.73	0.12	.499(a)	0.25	TS
5. Lumber and Wood Products ( 5 )	0.03	0.05	0.96	.030(a)	0.00	TS
6. Paper and Allied Products ( 5 )	0.41	0.79	0.49	.414(a)	0.17	TS
7. Chemical and allied Products ( 8 )	0.36	0.87	0.43	.361(a)	0.13	TS
8. Adhesive ( 4 )	-0.78	-1.23	0.44	.776(a)	0.60	TS
9. Plastics & Glass Products ( 13 )	0.59	2.09	0.07	.594(a)	0.35	TS
11. Metal and Allied Products (12)	0.22	0.71	0.50	.218(a)	0.05	TS
13. Stone, Clay, Glass and Concrete Products ( 4 )	0.51	0.83	0.50	.505(a)	0.26	TS
16. Electronic & Office Equipment	0.19	0.20	0.88	.192(a)	0.04	TS
18. Photographic Equipment ( 3 )	-0.56	-0.67	0.63	.555(a)	0.31	TS
19. Pharmaceuticals ( 10 )	0.39	0.74	0.52	.391(a)	0.15	TS
20. Consumer Goods ( 3 )	0.79	1.30	0.42	.793(a)	0.63	TS
<b>F. Transportaion Service ( 9 )</b>						
	0.56	1.77	0.12	.557(a)	0.31	TS
<b>H. Whole Sale and Retail Trade ( 14 )</b>						
	0.33	1.09	0.30	.326(a)	0.11	TS
<b>I. Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance &amp; Real Estate</b>						
2. Credit Agencies Other than Bank	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	TS
3. Securities ( 13 )	-0.05	-0.09	0.93	.045(a)	0.00	TS
4. Insurances ( 11 )	0.31	0.91	0.39	.307(a)	0.10	TS
<b>J. Hotel and Travel Service ( 6 )</b>						
	0.78	2.45	0.07	.775(a)	0.60	TS

Sumber: Hasil Print-out perhitungan dengan Software SPSS Ver.11.5, diolah kembali

Tabel L.7.5

**Hasil Print-out Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja  
pada Perusahaan yang *Go Public* di BEI  
Berdasarkan Kelompok Industri yang Signifikan**

Kelompok Industri	Beta	T	Sig.	R	R <sup>2</sup>	Hasil
A. Agriculture, Forestry and Fishing (7)	0.85	3.66	0.02	.853(a)	0.73	S
C. Mining and Mining Service ( 11 )	0.67	2.38	0.05	.668(a)	0.45	S
E. Manufacturing						
10. Cement ( 3 )	1.00	30.52	0.02	.999(a)	1.00	S
15. Cable ( 6 )	0.91	4.38	0.01	.910(a)	0.83	S
17. Automotive and Allied Products	0.70	3.67	0.00	.700(a)	0.49	S
I. Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance & Real Estate						
1. Banking ( 23 )	0.71	4.43	0.00	.713(a)	0.51	S
5. Real Estate and Property ( 38 )	0.45	2.91	0.01	.452(a)	0.20	S
K. Holding & Other Invest. Companies						
L. Others ( 20 )	0.59	2.55	0.03	.593(a)	0.35	S

Sumber: Hasil Print-out perhitungan dengan Software SPSS Ver.11.5, diolah kembali



Tabel L.7.6.

**Gradasi Besarnya Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja pada Perusahaan yang *Go Public* di BEI Berdasarkan Kelompok Industri**

Gradasi	Kelompok Industri	R
1	N. Semua Manufacturing (150)	.277
2	M. Semua Populasi (271)	.278
3	I. 5. Real Estate and Property ( 38 )	.452
4	L. Others ( 20 )	.593
5	C. Mining and Mining Service ( 11 )	.668
6	E.17. Automotive and Allied Products ( 19 )	.700
7	I. 1. Banking ( 23 )	.713
8	A. Agriculture, Forestry and Fishing (7)	.853
9	E. 15. Cable ( 6 )	.910
10	E. 10. Cement ( 3 )	.999
11	K. Holding and Other Investment Companies ( 3 )	1.000

Sumber: Hasil *Print-out* perhitungan dengan *Software SPSS Ver.11.5*, diolah kembali

## TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip wawancara berisi tutur asli dari para partisipan dalam pencarian data untuk melakukan pemahaman-pemahaman dalam penelitian. Seluruh transkrip disatukan dalam lampiran 8. Keterangan a, b, c, dan seterusnya yang mengikuti angka 8 digunakan untuk membedakan partisipan yang diwawancara. Untuk seluruh lampiran 8 akan menggunakan beberapa singkatan seperti dibawah ini:

N = Peneliti

P = Partisipan

Cetak miring = bukan bahasa Indonesia

**PARTISIPAN** : Manajer Akuntansi dan Sistem Informasi  
**Jenis Perusahaan** : Makanan Ternak  
**Kriteria** : Identitas Perusahaan dan partisipan dirahasiakan

PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk

Rabu, 2 Juli 2008

- N** : *Assalamualaikum....., mbak iki aku, sik eling ta? Sorry yo lek butuh tok baru nelpon. Yok opo kabere? Wis duwe anak piro?*
- P** : *Walaikumsalam. Ya Allah, yo....yo.... eling se, apik-apik, anakku loro, lha anak sampeyan piro?*
- N** : *Podo, loro, wedhok, lanang. Ngene lo mbak aku iku butuh omong-omong, critane ate wawancara, he...he....., sampeyan lak bos ta, saiki. Wawancara tentang intelektual kapital. Iso karo manajer sdm, internal auditor, utowo controller, lek iso yo kenalno yo.*

## LAMPIRAN 8a

- P : *Emm, ngono ta, aku duduk bos rek, ndok kene gak onok kontroler barang, sing onok accounting, soale iki lak nang cabang ta. Yo wis engko tak bantu, tilpuno minggu sore jam 4 yo.*
- N : *Suwun yo, dadi Minggu 5 Juli 2008 jam 16.00 yo, engko tak reminder, eh tolong email sampeyan, tak email gae bahan diskusi. Eh ngomong-omong, identitas mbek email sampeyan oleh di expos ta? Terus identitas perusahaan yo 'opo?*
- P : *Gak usah mari, iyo, aku muk nulung tok kok, gak enak aku, soale ngkok pas dituntut gak ijin, he.....he....., wis yo opo carane awakmu ole data, tapi sumber rahasia, ha...ha... sampek minggu yo, salam gae konco-konco. Oleh kan gae penelitian gak atek jeneng perusahaan. Gawe 'en PT X ae, koyok skripsine awake dhewe.*
- N : *Okey, suwun-suwun, Assalamualaikum*

Minggu 5 Juli 2008, 16.00

- N : *Assalamualaikum, sorry ngriwuki, yok opo email-e wis diwoco ta?*
- P : *Walaikumsalam, gak popo, wis-wis tak woco, tapi aku gak atik ngisi kuesioner yo, langsung ae tilpun-tilpunan, gak popo se?*
- N : *Mbak boleh direkam ta, telpon iki*
- P : *Walah koyok KPK ae, gak usah, gak usah langsung ae. Jok aneh-aneh ta rek.*
- N : *Yok opo mbak, wis tau krungu istilah intelektual kapital ta, sak durunge moco email ku*
- P : *Enggak, ha.....ha..... gak gaul yo. Emm tapi bareng aku moco, iku koyok akuntansi sumber daya manusia ta? Awak-awak pas kuliah gak oleh se dadi yo gak ero ha.....ha.....  
Ngene-ngene, akukan bagian akuntansi dadi tidak tersangkut langsung dengan persoalan "itu", mungkin wong pusat yo sing ero. Tapi secara garis besar, di perusahaan saya itu ada bonus, ada perhitungan lembur dan lain-lain yang mempertimbangkan kondisi sdm, termasuk kesempatan cuti, untuk karyawan. Tapi tidak secara spesifik disebut sebagai intelektual kapital. Jadi apresiasi terhadap karyawan itu ada, ada, bentuknya juga macem-macem, termasuk bentuk-bentuk skors barang, onok.*

## LAMPIRAN 8a

- N : Jadi ada ya mbak, bentuk-bentuk pelatihan untuk meningkatkan wawasan karyawan. Terus menyekolahkan mereka ke jenjang yang lebih tinggi.
- P : Ya, pasti-pasti, itu ada. Kalo menyekolahkan, itu sesuai dengan kebutuhan, tapi yang lebih sering ya pelatihan itu.
- N : *Mbak, sorry, yo*, apakah semua karyawan ditempatkan sesuai kemampuannya, minatnya dll.
- P : *Mestine iyo*, kan setiap ada *placement*, mereka itu dites, *onok psikolog-e barang kok*.
- N : Mbak, apa dasar pemberian bonus, atau tambahan-tambahan lain diluar gaji pokok?
- P : Ya, biasanya prestasi mereka ya, pada umumnya bagian produksi dihitung berdasarkan jam kerja. Jadi kalo ada lembur ya ada uang lembur. Tapi untuk bagian *marketing*, sepertinya ada target-target yang ditetapkan. Nah, bonus dihitung berdasarkan capaian target itu.
- N : Sampai berapa besar besarnya bonus itu mbak? Kalo tidak bisa absolutnya, bisa juga dengan proporsi dari gaji pokok.
- P : Wah pokoknya ada taripnya kok, *gak apal aku, lagian itu data internal yo*, dadi *gak* bisa di ekspos.
- N : Mbak apa ada penilaian sebelum dan setelah pelatihan? Misalnya, apakah ada manfaatnya? Di evaluasi untuk perbaikan dikemudian hari.
- P : Ya, pasti. Semua pelatihan di evaluasi, termasuk instrukturnya. Sering juga diadakan *in house training*.
- N : Kalau dihitung kira-kira berapa yang dikeluarkan perusahaan untuk biaya pelatihan per tahun atau perbulannya?.
- P : Ya tiap tahun selalu ada, apa lagi setelah rekrutmen. Tentang jumlah, sangat tergantung pada kebutuhan, dan itu selalu dianggarkan oleh bagian perencanaan.
- N : Ya mungkin prosentasenya mbak. Bila dibandingkan dengan total biaya atau total penjualan kira-kira berapa prosen?
- P : *Hahaha..... gak oleh obok-obok pawon rek. Iso gonjang-ganjing, hahaha...*

## LAMPIRAN 8a

N : *Yo wis suwun-suwun, bila perlu, saya telpon lagi ya mbak. Maturnuwun untuk kesediaannya, Waalaikum salam.*

Senin, 6 Juli, 11.22

N : *Assalamualaikum..... istirahat jam berapa mbak? Boleh aku main ke kantor? Ya sambil makan siang, gitu.*

P : *Wah seneng banget, tapi kalo dikantor, he...he... ambune, betah ta awakmu. Lek aku yo wis kebal. Wis gak usahlah, onok sing iso tak bantu ta?*

N : *Ya, kalo boleh ngobrol lagi, jam berapa aku boleh telpon?*

P : *Yo...antara jam setengah siji sampe setengah loro lah yo?*

N : *Oks! c u*

Senin, 6 Juli, 12.58

Nomor saya tekan, saya belum bersalam, atau berhallo, terdengar dari seberang:

P : *Hallo.... yo 'opo yo 'opo?*

N : *Iyo, mau lanjut ngobrol mbak, langsung ae yo. Masih terkait sama penelitianku mbak. Apa di perusahaan ada jaminan untuk haritua, misal tabungan dana pensiun, asuransi, atau bentuk-bentuk lain*

P : *Eem, kita ini swasta murni ya, jadi pensiun gak ada, tapi ada semacam pesangonlah, yo nyelengi dewe wae kanggo persiapan pensiun. Kalo asuransi, kita ikut aturan pemerintah, SPI, yo koyok ngono-ngono iku lho mbak, kan itu wajib untuk semua perusahaan*

N : *Jadi nggak ada ya yang dikelola khusus oleh perusahaan untuk karyawannya. Semua ikut aturan pemerintah ya.*

P : *Yo mesti ae to mbak, malah akeh perusahaan sing nglanggar. Misal ketentuan UMR, trus asuransi kesehatan gae karyawan. Insyallah perusahaan ku iki termasuk tertib mbak dalam mematuhi peraturan pemerintah.*

N : *Yo wis, sementara cukup, suwun yo*

## LAMPIRAN 8a

## LAMPIRAN 8b

## RANGKUMAN TRANSKRIP WAWANCARA

A. RANGKUMAN HASIL IDENTITAS RESPONDEN  
(PARTISIPAN)

Partisipan yang bersedia diwawancarai, ada 3 orang sebagai berikut:

1	Nama partisipan	A	B	C
2	Jenis kelamin	Lk	Pr	Lk
3	Pendidikan terakhir	S1	S1	S1
4	Usia saat ini	47	45	45
5	Jabatan di perusahaan	Dir. Ut Kacab	AssDir. Keu	Dir.SDM Kacab
6	Status pernikahan	Menikah	Menikah	Menikah
7	Hobby	-	-	-
8	Jumlah anak	2	2	1
9	Jumlah keluarga yang ditanggung	6	5	6
10	Pengeluaran total dalam sebulan	-	-	-
11	Pengeluaran untuk rekreasi	-	-	-
12	Pengeluaran untuk pendidikan	-	-	-
13	Pengeluaran untuk olah raga	-	-	-
14	Apakah mengikuti Asuransi	Ya	Ya	Ya
15	Jenis asuransi ( <i>jawaban boleh lebih dari satu</i> )	b. asuransi pendidikan c. asuransi kesehatan,	b. asuransi pendidikan	b. asuransi pendidikan c. asuransi kesehatan,
16	Apakah berinvestasi di pasar modal	Ya	tidak	-
17	Surat berharga dipasar modal yang diminati ( <i>boleh lebih dari satu</i> )	-	-	-

## LAMPIRAN 8b

Lanjutan .....

	Nama partisipan	A	B	C
18	Jenis Investasi yang paling menarik (jawaban boleh lebih dari satu)	b. Tanah/ rumah/sawah	c. emas (logam mulia lainnya)	-
19	Bank yang dipercaya untuk kepentingan pribadi (jawaban boleh lebih dari satu)	b. Bank Negara	a. Bank Swasta Nasional b. Bank Negara c. Bank Swasta Asing (di Indonesia)	a. Bank Swasta Nasional b. Bank Negara c. Bank Swasta Asing (di Indonesia)
20	Bank yang dipercaya untuk kepentingan bisnis/perusahaan (jawaban boleh lebih dari satu)	a. Bank Negara b. Bank Swasta Asing (di Indonesia)	a. Bank Swasta Nasional b. Bank Negara c. Bank Swasta Asing (di Indonesia)	a. Bank Swasta Nasional d. Bank Negara e. Bank Swasta Asing (di Indonesia)

## LAMPIRAN 8b

Lanjutan .....

Kuesioner dibawah ini terkait dengan persiapan menghadapi pensiun

	Nama partisipan	A	B	C
21	Ada persiapan menghadapi pensiun	Ya	Ya	Ya
22	Bentuk persiapan yang dilakukan ( <i>jawaban boleh lebih dari satu</i> )	a. ikut program perusahaan	b. mengikuti asuransi	c. mengikuti asuransi
23	Rencana tempat tinggal, bila sudah pensiun ( <i>jawaban boleh lebih dari satu</i> )	a. rumah pribadi	a. rumah pribadi	a. rumah pribadi

## B. INTELEKTUAL KAPITAL

	Nama partisipan	A	B	C
1	Pernah mendengar istilah <i>intellectual capital</i>	Ya	Ya	Ya
2	Menurut pendapat saya, <i>intellectual capital</i> adalah	Tentang intelegensia seseorang untuk beradaptasi di lingkungan kerja	Modal intelektual, terkait dengan sumberdaya manusia	Kecerdasan yang dimiliki oleh sumber daya (manusia) di perusahaan, yang harus ddikelola dengan sebaik-baiknya untuk kepentingan perusahaan



## LAMPIRAN 8b

Lanjutan .....

## B. INTELEKTUAL KAPITAL

1	Nama partisipan	A	B	C
3	Menurut pendapat saya, komponen yang paling penting dalam mengelola bisnis/ perusahaan adalah ( <i>jawaban boleh lebih dari satu, diurutkan mulai yang paling penting</i> )	a. Uang b. manusia c. faktor produksi (mesin, kendaraan, dll) d. hubungan baik ( <i>networking</i> )	a. Uang b. manusia c. faktor produksi (mesin, kendaraan, dll) d. hubungan baik ( <i>networking</i> )	a. Uang b. manusia c. faktor produksi (mesin, kendaraan, dll) d. hubungan baik ( <i>networking</i> )
4	Apakah pelatihan bagi karyawan perlu dilakukan	a. perlu (untuk menyesuaikan dengan pekerjaan) b. perlu (untuk meningkatkan kemampuan karyawan) c. perlu (untuk meningkatkan kualitas karyawan, sehingga perlu beberapa kali pelatihan) d. sangat perlu (perusahaan menganggarkan secara khusus untuk pelatihan)	a. perlu (untuk menyesuaikan dengan pekerjaan) b. perlu (untuk meningkatkan kemampuan karyawan) c. perlu (untuk meningkatkan kualitas karyawan, sehingga perlu beberapa kali pelatihan) d. sangat perlu (perusahaan menganggarkan secara khusus untuk pelatihan)	a. perlu (untuk menyesuaikan dengan pekerjaan) b. perlu (untuk meningkatkan kemampuan karyawan) c. perlu (untuk meningkatkan kualitas karyawan, sehingga perlu beberapa kali pelatihan) d. sangat perlu (perusahaan menganggarkan secara khusus untuk pelatihan)

## LAMPIRAN 8b

Lanjutan .....

## B. INTELEKTUAL KAPITAL

No	Nama partisipan	A	B	C
5	Apakah melakukan evaluasi terhadap manfaat pelatihan bagi karyawan	d. selalu	d. selalu	d. selalu
6	Berapa anggaran yang disiapkan oleh perusahaan untuk pelatihan karyawan pertahun	-	-	-
7	Berapa prosentase anggaran pelatihan karyawan pertahun dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan	-	-	-
8	Berapa prosentase anggaran biaya gaji, honor, komisi dll. pertahun dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan	-	-	-
9	Jenis asuransi untuk karyawan ( <i>jawaban boleh lebih dari satu</i> )	a. asuransi kecelakaan kerja b. asuransi kesehatan	a. asuransi kecelakaan kerja b. asuransi kesehatan	c. asuransi kecelakaan kerja d. asuransi kesehatan

## LAMPIRAN 8b

Lanjutan .....

## C. INTELEKTUAL KAPITAL – MANAJER

	Nama partisipan	A	B	C
1	Bentuk <i>reward</i> finansial yang diberikan kepada para manajer ( <i>jawaban boleh lebih dari satu</i> )	a. Bonus b. Komisi	a. Bonus b. Komisi	a. Bonus b. Komisi
2	Bentuk <i>reward</i> non-finansial yang diberikan kepada para manajer ( <i>jawaban boleh lebih dari satu</i> )	a. Rumah dinas b. Mobil dinas c. Anggota club olahraga d. Asuransi kesehatan	a. Mobil dinas b. Asuransi kesehatan	a. Mobil dinas b. Asuransi kesehatan

## D. INTELEKTUAL KAPITAL – PELANGGAN

	Nama partisipan	A	B	C
1	Arti pelanggan bagi perusahaan	d. amat penting sekali	d. amat penting sekali	d. amat penting sekali
2	Memiliki <i>customer service</i>	a. Ya	a. Ya	a. Ya
3	Memiliki <i>hotline</i> untuk pelanggan dengan nomor bebas pulsa	a. Ya	a. Ya	a. Ya
4	Apakah <i>hotline</i> pada pertanyaan no.3 siap 24 jam	a. Ya	a. Ya	a. Ya
5	<i>Hotline</i> hanya buka/ melayani pada	-	-	-
6	Memiliki <i>hotline</i> untuk pelanggan melalui email	-	-	-
7	Berapa jam batas maksimal untuk membalas email pelanggan	-	-	-

## LAMPIRAN 8b

Lanjutan .....

## D. INTELEKTUAL KAPITAL – PELANGGAN

	Nama partisipan	A	B	C
8	Kalo ada keluhan/ komplain pelanggan, berapa kali deringan (nada panggil) maksimal telpon akan diangkat.	e. Tidak ingat	e. Tidak ingat	e. Tidak ingat
9	Apakah menyiapkan tenaga khusus (yang terlatih) untuk menjawab telpon (operator) di perusahaan.	e..ada tenaga khusus yang sengaja dipersiapkan untuk hal itu dan yang bersangkutan selalu di evaluasi	d..ada tenaga khusus yang sengaja dipersiapkan untuk hal itu	e..ada tenaga khusus yang sengaja dipersiapkan untuk hal itu dan yang bersangkutan selalu di evaluasi
10	Berapa prosentase keluhan pelanggan yang mampu ditangani perusahaan?	-	-	-
11	Apakah membuat catatan tentang keluhan pelanggan dan solusi yang diberikan perusahaan	ya	Ya	ya
12	Apakah catatan dari pertanyaan no.11 di evaluasi untuk perbaikan dimasa depan	ya	Ya	ya
13	Bentuk/ cara evaluasi yang dilakukan	Diserahkan untuk didiskusikan untuk ditindak lanjut oleh bagian marketing/ customer service	Menjadi bahan diskusi dan tindak lanjut bagian customer service	Menjadi bahan diskusi dan tindak lanjut bagian customer service