

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teoritis

2.1.1. *Grand Theories*

2.1.1.1. Teori *Stakeholder*

Berdasarkan teori *stakeholder*, manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* mereka dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada *stakeholder*. Teori ini menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka (sebagai contoh melalui polusi, sponsorship, inisiatif pengamanan, dan lain-lain), bahkan ketika mereka memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan ketika mereka tidak dapat secara langsung memainkan peran yang konstruktif dalam kelangsungan hidup organisasi (Deegan, *as cited in* Ulum, 2016, p. 35).

Lebih lanjut, Deegan menyatakan bahwa teori *stakeholder* menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder*.

Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Namun demikian, tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktifitas-aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*. Pada kenyataannya, inti keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka (Ulum, 2016, p. 35).

Teori ini dapat diuji dengan berbagai cara dengan menggunakan *content analysis* atas laporan keuangan perusahaan. Menurut Guthrie laporan keuangan merupakan cara yang paling efisien bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan kelompok *stakeholder* yang dianggap memiliki ketertarikan dalam pengendalian aspek-aspek strategis tertentu dari organisasi. *Content analysis* atas pengungkapan IC dapat digunakan untuk menentukan apakah benar-benar terjadi komunikasi tersebut (*as cited in* Ulum, 2016, p. 36).

Dalam konteks untuk menjelaskan tentang konsep IC, teori *stakeholder* harus dipandang dari kedua bidangnya, baik bidang etika (moral) maupun bidang manajerial. Bidang etika berargumen bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi, dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder* (Deegan, *as cited in* Ulum, 2016, p. 36). Ketika manajer mampu mengelola organisasi secara maksimal, khususnya dalam upaya penciptaan nilai bagi perusahaan, maka itu artinya

manajer telah memenuhi aspek etika dari teori ini. Penciptaan nilai (*value creation*) dalam konteks ini adalah dengan memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki perusahaan, baik karyawan (*human capital*), aset fisik (*physical capital*), maupun *structural capital*. Pengelolaan yang baik atas seluruh potensi ini akan menciptakan *value added* bagi perusahaan yang kemudian dapat mendorong kinerja keuangan perusahaan untuk kepentingan *stakeholder*.

Bidang manajerial dari teori *stakeholder* berpendapat bahwa kekuatan *stakeholder* untuk mempengaruhi manajemen korporasi harus dipandang sebagai fungsi dari tingkat pengendalian *stakeholder* atas sumber daya yang dibutuhkan organisasi (Watts dan Zimmerman, *as cited in* Ulum, 2016, p. 36). Ketika para *stakeholder* berupaya untuk mengendalikan sumber daya organisasi, maka orientasinya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Kesejahteraan tersebut diwujudkan dengan semakin tingginya *return* yang dihasilkan oleh organisasi.

Dalam konteks ini, para *stakeholder* berkepentingan untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki oleh organisasi. Karena hanya dengan pengelolaan yang baik dan maksimal atas seluruh potensi inilah organisasi akan dapat menciptakan *value added* untuk kemudian mendorong kinerja keuangan perusahaan yang merupakan orientasi para *stakeholder* dalam mengintervensi manajemen (Ulum, 2016, p. 37).

2.1.1.2. Teori *Legitimacy*

Teori legitimasi berhubungan erat dengan teori *stakeholder*. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk

menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Menurut Deegan dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktifitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas. Teori legitimasi bergantung pada premis bahwa terdapat 'kontrak sosial' antara perusahaan dengan masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi (*as cited in* Ulum, 2016, p. 39).

Kontrak sosial adalah suatu cara untuk menjelaskan sejumlah besar harapan masyarakat tentang bagaimana seharusnya organisasi melaksanakan operasinya. Harapan sosial ini tidak tetap, namun berubah seiring berjalannya waktu. Hal ini menuntut perusahaan untuk responsif terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi.

Suatu organisasi menganggap bahwa legitimasinya sedang dipertanyakan, organisasi tersebut dapat mengadopsi sejumlah strategi yang agresif. Pertama, organisasi dapat mencari jalan untuk mendidik dan menginformasikan kepada *stakeholder* perubahan-perubahan pada kinerja dan aktifitas organisasi. Kedua, organisasi dapat mencari cara untuk mengubah persepsi *stakeholder*, tanpa mengubah perilaku sesungguhnya dari organisasi tersebut. Ketiga, organisasi dapat mencari cara untuk memanipulasi persepsi *stakeholder* dengan cara mengarahkan kembali (memutar balik) perhatian atas isu tertentu kepada isu yang berkaitan lainnya dan mengarahkan ketertarikan pada simbol-simbol emosional (*Guthrie as cited in* Ulum, 2016, p. 39).

Berdasarkan teori legitimasi, organisasi harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial.

Hal ini seringkali dapat dicapai melalui pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan perusahaan. Organisasi dapat menggunakan *disclosure* untuk mendemonstrasikan Dematian manajemen akan nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian komunitas akan keberadaan pengaruh negatif aktifitas organisasi. Sejumlah studi terdahulu melakukan penilaian atas pengungkapan sukarela laporan tahunan dan memandang pelaporan informasi lingkungan dan sosial sebagai metode yang digunakan organisasi untuk merespon tekanan publik.

Teori legitimasi sangat erat berhubungan dengan pelaporan IC dan juga erat hubungannya dengan penggunaan metode *content analysis* sebagai ukuran dari pelaporan tersebut. Perusahaan sepertinya lebih cenderung untuk melaporkan IC mereka jika mereka memiliki kebutuhan khusus untuk melakukannya. Hal ini mungkin terjadi ketika perusahaan menemukan bahwa perusahaan tersebut tidak mampu melegitimasi statusnya berdasarkan *tangible assets* yang umumnya dikenal sebagai simbol kesuksesan perusahaan. Alat terbaik untuk pengukuran pengembangan pelaporan IC, pada saat ini adalah dengan menggunakan *content analysis*.

Berdasarkan kajian tentang teori *stakeholder* dan teori *legitimacy*, dapat disimpulkan bahwa kedua teori tersebut memiliki penekanan yang berbeda tentang pihak-pihak yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi di dalam laporan keuangan perusahaan. Teori *stakeholder* lebih mempertimbangkan posisi para *stakeholder* yang dianggap *powerfull*. Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam mengungkapkan dan/atau tidak mengungkapkan suatu informasi di dalam laporan keuangan. Sedangkan

teori *legitimacy* menempatkan persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi di dalam laporan keuangan (Ulum, 2016, p. 40).

Dalam konteks hubungan IC dengan kinerja keuangan, teori *stakeholder* lebih tepat digunakan sebagai basis utama untuk menjelaskan hubungan IC dengan kinerja perusahaan. Dalam pandangan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki *stakeholders*, bukan sekedar *shareholder*. Kelompok-kelompok '*stake*' tersebut meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, kreditor, pemerintah, dan masyarakat (Riahi-Belkaoui *as cited in* Ulum, 2016, p. 41).

Konsensus yang berkembang dalam konteks teori *stakeholder* adalah bahwa laba akuntansi hanyalah merupakan ukuran *return* bagi pemegang saham (*shareholder*), sementara *value added* adalah ukuran yang lebih akurat yang diciptakan oleh *stakeholders* dan kemudian didistribusikan kepada *stakeholders* yang sama. *Value added* yang dianggap memiliki akurasi lebih tinggi dihubungkan dengan *return* yang dianggap sebagai ukuran bagi *shareholder*. Sehingga dengan demikian keduanya (*value added dan return*) dapat menjelaskan kekuatan teori *stakeholder* dalam kaitannya dengan pengukuran kinerja organisasi.

Menurut pandangan teori *legitimacy*, perusahaan akan terdorong untuk menunjukkan kapasitas IC-nya dalam laporan keuangan untuk memperoleh legitimasi dari publik atas kekayaan intelektual yang dimilikinya. Pengakuan legitimasi publik ini menjadi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam lingkungan sosial perusahaan (Ulum, 2016, p. 41).

2.1.2. Modal Intelektual

Menurut Ikhsan (2008, p. 83), *Intellectual Capital* adalah nilai total dari suatu perusahaan yang menggambarkan aktiva tidak berwujud (*intangible asstes*) perusahaan yang bersumber dari tiga pilar, yaitu modal manusia, struktural dan pelanggan. Klein *and* Prusak memberikan definisi yang menyatakan bahwa *intellectual capital* adalah "material yang telah disusun, ditangkap, dan digunakan untuk menghasilkan nilai aset yang lebih tinggi. Stewart mendefinisikan *intellectual capital* sebagai "packaged useful knowledge". Brooking menawarkan definisi yang lebih komprehensif dengan menyatakan bahwa istilah *intellectual capital* diberikan untuk kombinasi *intangible assets* yang dapat membuat perusahaan untuk berfungsi (*as cited in* Ulum, 2009, p. 20).

Usaha-usaha telah dilakukan untuk mengestimasi nilai pengetahuan dalam rangka untuk mendapatkan nilai perusahaan yang sesungguhnya (Bontis, *as cited in* Ulum, 2009, p. 23). Secara umum, diasumsikan bahwa peningkatan dan digunakannya pengetahuan dengan lebih baik akan menyebabkan pengaruh yang bermanfaat bagi kinerja perusahaan. Berkaitan dengan asumsi tersebut, karakter tak berujud dan dinamis dari pengetahuan dan kesenjangan kesepakatan para ahli atas definisi pengetahuan menyebabkan halangan besar (Yates, *as cited in* Ulum, 2009, p. 23).

Seringkali IC didefinisikan sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, proses atau teknologi yang mana perusahaan dapat menggunakannya dalam proses penciptaan nilai bagi perusahaan (Bukh, *as cited in* Ulum, 2009, p. 23). Kebanyakan definisi IC yang dikemukakan para ahli

memandang bahwa kemanfaatan dari IC tidak perlu dengan segera diidentifikasi, namun cenderung akan diakrualkan melalui periode *long-term* (Abeysekera, *as cited in* Ulum, 2009, p. 23).

Edvinsson dan Malone (*as cited in* Ulum, 2009, p. 21) mengidentifikasikan modal intelektual sebagai nilai yang tersembunyi (*hidden value*) dari bisnis. Terminologi “tersembunyi” disini digunakan untuk dua hal yang berhubungan. Pertama, modal intelektual khususnya aset intelektual atau aset pengetahuan adalah aset tidak terlihat secara umum seperti layaknya aset tradisional dan kedua, aset semacam itu biasanya tidak terlihat pula pada laporan keuangan.

2.1.3. Pengungkapan Modal Intelektual

Modal intelektual dibedakan dalam tiga kategori pengetahuan, yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan karyawan (disebut sebagai *human capital*), pengetahuan yang berhubungan dengan pelanggan (disebut dengan *customer* atau *relational capital*) dan pengetahuan yang berhubungan hanya dengan perusahaan (disebut dengan *structural* atau *organizational capital*). Ketiga kategori tersebut membentuk suatu *intellectual capital* bagi perusahaan. Dalam studi Ulum (2011, p. 51) mengklasifikasikan modal intelektual dalam tiga kategori yaitu *internal (structural) capital*; *external (customer) capital*; dan *human capital*). Item pengungkapan modal intelektual yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1. Item Modal Intelektual

| <i>Internal (Structural) Capital</i> | <i>External (Customer) Capital</i> | <i>Human Capital</i> |
|--------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|
| 1. Patent | 10. Brands | 19. Know-how |
| 2. Copyright | 11. Customers | 20. Education |
| 3. Trademarks | 12. Customers loyalty | 21. Vocational qualification |
| 4. Management philosophy | 13. Companies' name | 22. Work-related knowledge |
| 5. Corporate culture | 14. Distribution channel | 23. Work-related competencies |
| 6. Management processes | 15. Business collaboration | 24. Entrepreneur spirit |
| 7. IS (Information System) | 16. Licensing agreement | 25. Innovativeness |
| 8. Networking system | 17. Favorable contract | 26. Proactive |
| 9. Financial relation | 18. Franchising agreement | 27. Reactive abilities |
| | | 28. Changeability |

Indeks pengungkapan modal intelektual dihitung dengan rumus sebagai berikut (Ulum, 2011, p. 51):

| | | |
|------------------|---|--|
| ICD Index | = | $\frac{\text{Jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan}}{\text{Jumlah total pengungkapan yang seharusnya (28 item)}} \times 100\%$ |
|------------------|---|--|

Rumus 2.1. Indeks Pengungkapan Modal Intelektual

2.1.4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang terdapat dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun yang diukur dengan logaritma natural dari total aktiva. Semakin besar ukuran perusahaan yang dimiliki perusahaan berarti semakin besar aktiva yang bisa dijadikan jaminan untuk memperoleh utang sehingga struktur modal akan meningkat. Ukuran perusahaan dapat digunakan sebagai proksi ketidakpastian terhadap keadaan perusahaan dimasa yang akan datang. Menurut Dermawan (2010, p. 205), bahwa ukuran perusahaan adalah perusahaan besar yang sudah mapan akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan

perusahaan kecil karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula.

Menurut Jogiyanto (2013, p. 282) menyatakan bahwa: “Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.” Menurut Manullang (2013, p. 64) adapun perbedaan perusahaan kecil dan perusahaan besar adalah:

1. Perusahaan Kecil

- a. Pada umumnya dipimpin sendiri oleh pemiliknya;
- b. Struktur organisasi perusahaan kecil masih sederhana dan masih banyak perangkapan tugas atau jabatan pada seseorang.

2. Perusahaan Besar

- a. Dipimpin oleh manajer profesional dan bukan pemiliknya;
- b. Struktur organisasi perusahaan besar sudah kompleks dan sudah spesialisasi pekerjaan.
- c. Persentase kegagalan pada perusahaan besar relatif rendah.
- d. Modal jangka panjang relatif lebih mudah diperoleh untuk mengembangkan usaha.

Setidaknya ada empat argumen yang dapat menjelaskan mengapa perusahaan besar lebih mungkin untuk mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Pertama, perusahaan besar lebih dimungkinkan mempunyai biaya produksi informasi atau biaya kerugian persaingan yang lebih rendah dari pada perusahaan yang lebih kecil. Kedua, perusahaan besar dimungkinkan mempunyai dasar pemilikan yang lebih luas,

sehingga diperlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan dari para pemegang saham. Ketiga, perusahaan besar lebih mungkin untuk merekrut sumber daya manusia dengan kualifikasi yang tinggi, yang diperlukan untuk menerapkan sistem pelaporan yang canggih. Keempat, manajer perusahaan yang lebih kecil tampaknya percaya bahwa semakin banyak informasi yang diungkapkan dapat membahayakan potensi kompetitif perusahaan (Ulum, 2009, p. 200).

Berdasarkan beberapa definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi. Perusahaan besar cenderung memiliki berbagai macam aktivitas dan unit usaha. Semakin besar suatu perusahaan menunjukkan semakin besar pula penilaian para *stakeholder* pada perusahaan. Dengan begitu, perusahaan tentu dituntut untuk mengungkapkan laporan perusahaan dengan lebih lengkap. Pengungkapan modal intelektual dalam laporan keuangan bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan *stakeholder*.

Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi. Ketersediaan dana dalam jumlah yang besar akan membuat pengelolaan dan pemeliharaan *intellectual capital* menjadi semakin optimal dan akan menghasilkan kinerja *intellectual capital* yang

lebih tinggi. Rumus untuk menentukan ukuran perusahaan (Lina, 2013, p. 54) adalah sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Aktiva}$$

Rumus 2.2. Ukuran Perusahaan

2.1.5. Tipe Industri

Industri mempunyai dua arti, yang pertama dapat berarti himpunan perusahaan-perusahaan sejenis. Misalnya industri kosmetik yang berarti himpunan perusahaan-perusahaan penghasil produk-produk kosmetik. Kedua, industri dapat pula merujuk kesuatu sektor ekonomi yang didalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Pembangunan ekonomi adalah pertumbuhan ekonomi yang diikuti oleh perubahan dalam struktur dan corak kegiatan ekonomi.

Menurut (Statistik, 2008) industri mempunyai dua pengertian. Pengertian secara luas, industri mencakup semua usaha dan kegiatan di bidang ekonomi bersifat produktif. Dalam pengertian secara sempit, industri hanyalah mencakup industri pengolahan yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang setengah jadi dan atau barang jadi, kemudian barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih nilainya dan sifatnya lebih kepada pemakaian akhir.

Secara sederhana dalam kamus besar ekonomi (Winarno & Ismaya, 2007, p. 252) dijelaskan bahwa definisi industri adalah kegiatan ekonomi dengan memproses atau mengolah bahan-bahan atau barang dengan menggunakan sarana

dan peralatan, seperti mesin, untuk menghasilkan barang jadi atau jasa. Pengertian industri dibagi ke dalam lingkup makro dan mikro. Secara mikro, pengertian industri sebagai kumpulan dari sejumlah perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti sangat erat. Dari segi pembentukan pendapatan yakni cenderung bersifat makro. Industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah. Jadi batasan industri yaitu secara mikro sebagai kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang sedangkan secara makro dapat membentuk pendapatan.

Tipe industri adalah pengklasifikasian perusahaan berdasarkan jenisnya. Industri yang *high profile* sebagai perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap modal intelektual membuat perusahaan tersebut lebih mendapatkan sorotan oleh masyarakat dan investor (Aprisa, 2014, p. 1397). Sehingga perusahaan yang *high profile* akan memberikan pengungkapan modal intelektual lebih banyak karena sumber daya pengetahuan dalam bentuk teknologi yang cukup, skill yang dimiliki oleh karyawan yang baik, jaringan informasi luas, yang memungkinkan mereka untuk melakukan *disclosure* secara lebih luas dan lebih baik sebagai upaya untuk memuaskan kebutuhan stakeholder akan informasi yang berkaitan dengan aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan .

Sedangkan pada perusahaan *low profile* cenderung melakukan pengungkapan intelektualnya lebih sedikit, karena kurang lengkapnya pengungkapan *intellectual capital* pada laporan tahunan dalam perusahaan, serta kemampuan yang dimiliki atau skill perusahaan (Aprisa, 2014, p. 1397). Perusahaan yang tergolong *high profile* cenderung melakukan pengungkapan

mengenai modal intelektual lebih luas dibandingkan perusahaan yang tergolong *low profile*. Perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik) engineering, kesehatan, transportasi dan pariwisata digolongkan sebagai *high profile*, sedangkan bangunan, keuangan dan perbankan, peralatan medis, properti, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga digolongkan sebagai *low profile* (Purwanto, 2011, p. 20).

Perbedaan metode dan kebijakan akuntansi yang dianut tiap perusahaan menyebabkan terjadi perbedaan pengukuran dan pengungkapan. Perbedaan tersebut menyebabkan tipe industri tertentu mengungkapkan item modal intelektual lebih banyak dari perusahaan lain, tergantung pada kebutuhan dan manfaat yang diperolehnya dari pengungkapan tersebut.

2.1.6. Intensitas *Research and Development*

Kegiatan penelitian dan pengembangan telah memiliki definisi tersendiri berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 mengenai Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan IPTEK. Namun, perlu dikaji kembali definisi kegiatan penelitian dan pengembangan sebagai subsektor dalam ekonomi kreatif. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012, definisi dari kata penelitian dan pengembangan, yaitu: Penelitian adalah kegiatan yang dilakukan menurut kaidah dan metode ilmiah secara sistematis untuk memperoleh informasi, data, dan keterangan yang berkaitan dengan pemahaman dan pembuktian kebenaran atau ketidakbenaran suatu asumsi dan atau hipotesis di bidang ilmu

pengetahuan dan teknologi serta menarik kesimpulan ilmiah bagi keperluan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru (Utami & Kitri, 2015, p. 2).

Berdasarkan laporan *National Science Foundation* (NSF) Amerika Serikat tahun 2010, kegiatan penelitian dan pengembangan pada umumnya terbagi ke dalam tiga bagian besar yaitu penelitian dasar, penelitian terapan, dan kegiatan pengembangan. Penelitian dasar merupakan kegiatan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan pemahaman lebih mendalam mengenai suatu hal tanpa adanya rencana penerapan spesifik atas hasil penelitian. Penelitian terapan merupakan suatu kegiatan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan untuk kemudian digunakan pada kebutuhan tertentu yang spesifik. Pengembangan (*development*) merupakan penggunaan sistematis atas pengetahuan yang didapatkan dari penelitian untuk kemudian menghasilkan hal yang lebih berguna (termasuk sistem, metode, perancangan, pengembangan purwarupa, dan proses) (Utami & Kitri, 2015, p. 4).

Kegiatan penelitian dan pengembangan saat ini dianggap sebagai keharusan untuk meningkatkan kemajuan dan kesinambungan bisnis perusahaan. Hal ini ditandai dengan semakin tingginya nilai investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan global terhadap kegiatan penelitian dan pengembangan. Penelitian dan pengembangan meliputi cakupan aktivitas yang luas, mulai dari penelitian

fundamental pada ranah fisik, kehidupan, serta ilmu sosial; penelitian yang mengemukakan isu-isu kritis seperti perubahan iklim, efisiensi energi, dan kesehatan; hingga kegiatan pengembangan atas teknologi serbaguna dan barang jasa yang baru (Utami & Kitri, 2015, p. 13).

Dengan investasi R&D, perusahaan telah mendapatkan salah satu cara dalam mencapai keunggulan kompetitif yang dapat digunakan sebagai mekanisme untuk diferensiasi produk. Banyak perusahaan mengeluarkan dana yang tidak sedikit untuk penelitian dan pengembangan guna menciptakan produk atau proses baru, memperbaiki produk yang ada, dan menemukan pengetahuan baru yang dapat bermanfaat dimasa depan. R&D dalam hal ini memiliki makna yang luas, tidak hanya terbatas pada pengembangan dan penemuan produk baru, akan tetapi R&D dapat dilakukan pada sektor-sektor lain yang membutuhkan inovasi atau peningkatan efektivitas seperti riset pemasaran dan pengembangan SDM. Dengan demikian investasi perusahaan dalam bidang R&D akan berdampak dalam jangka panjang.

Research and development dapat menggerakkan tumbuhnya inovasi dan pada akhirnya menciptakan keunggulan kompetitif dalam perusahaan. Investasi dalam *research and development* bisa menjadi suatu informasi penting bagi *stakeholder* mengenai strategi penciptaan nilai jangka panjang perusahaan dan pengelolaan modal intelektualnya. Dengan adanya *research and development*, perusahaan dapat mengungkapkan informasi yang lebih luas terutama berkaitan dengan penelitian dan pengembangan serta dalam pengungkapan modal

intelektual. Berikut rumus untuk menentukan Intensitas *Research and Development* (Lu, Tsai, & Yen, 2010, p. 65) :

| | |
|--|----------------------------------|
| $\text{Intensitas R\&D} = \frac{\text{Total Pengeluaran R\&D}}{\text{Total Aktiva}}$ | Rumus 2.3. Intensitas R&D |
|--|----------------------------------|

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

1. Hasil penelitian dari Ashari & Putra (2016) dengan judul Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Modal Intelektual menunjukkan profitabilitas dan komisaris independen berpengaruh pada pengungkapan modal intelektual, sedangkan umur perusahaan, ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh pada pengungkapan modal intelektual;
2. Hasil penelitian dari Kumala & Sari (2016) dengan judul Pengaruh *Ownership Retention*, *Leverage*, Tipe Auditor, Jenis Industri Terhadap Pengungkapan *Intellectual Capital* menunjukkan bahwa *ownership retention*, *leverage*, tipe auditor mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *intellectual capital*. Dan variabel terakhir yaitu jenis industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *intellectual capital*;

3. Hasil penelitian dari Aprisa (2014) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Tipe Auditor dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Modal Intelektual menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *intellectual capital disclosure* dengan nilai signifikansi 0,022, jenis auditor berpengaruh signifikan terhadap *intellectual capital disclosure* dengan nilai signifikansi 0,000, jenis industri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *intellectual capital* dengan nilai signifikansi 0,004, namun profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *intellectual capital disclosure*;
4. Hasil penelitian dari Wijana & Achsin (2013) dengan judul *The Voluntary Disclosure of Intellectual Capital: A Longitudinal Study from Public Firms in Indonesia* menunjukkan bahwa pengungkapan IC secara sukarela dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, jenis industri, dan reputasi auditor secara konsisten pada masing-masing pengamatan. Hasil yang tidak konsisten diperoleh dengan menggunakan variabel tingkat hutang, konsentrasi kepemilikan, umur perusahaan, dan profitabilitas;
5. Hasil penelitian dari Sutanto & Supatmi (2012) dengan judul Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi *Intellectual Capital* di dalam Laporan Tahunan menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pengungkapan informasi *intellectual capital* oleh industri manufaktur pada periode penelitian sebesar 40,87%. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi *intellectual capital*, sedangkan struktur

kepemilikan, basis perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan umur perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi *intellectual capital*;

6. Hasil Penelitian dari Faradina (2015) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Intellectual Capital* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* menunjukkan bahwa hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh terhadap pengungkapan *intellectual capital*, sedangkan umur perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan konsentrasi kepemilikan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *intellectual capital*. Secara simultan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa umur perusahaan, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *intellectual capital*;
7. Hasil penelitian dari Lina (2013) dengan judul Faktor-Faktor Penentu Pengungkapan Modal Intelektual menunjukkan bahwa umur perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan modal intelektual. Namun penelitian ini tidak berhasil menemukan bukti mengenai pengaruh positif kinerja perusahaan dan tingkat pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan modal intelektual;
8. Hasil penelitian dari Lu et al. (2010) dengan judul *Discovering Important Factors of Intangible Firm Value by Association* menunjukkan bahwa Intensitas R&D, keluarga, partisipasi dalam manajemen, piramida, profitabilitas, dan dividen adalah enam faktor penting, di mana beberapa

konsisten dengan variabel penting yang signifikan dalam literatur sebelumnya;

9. Hasil penelitian dari Sudibyo & Basuki (2017) dengan judul *Intellectual Capital Disclosure Determinants and It's Effects on the Market Capitalization : Evidence from Indonesian Listed Companies* menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, jenis industri dan kapitalisasi pasar secara signifikan terkait dengan ICD, sedangkan pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap tingkat ICD tidak signifikan. Selanjutnya, terungkap bahwa ada tidak ada perbedaan yang signifikan dalam praktik pengungkapan modal intelektual antara perusahaan dengan profil tinggi dan rendah industri;
10. Hasil penelitian dari Sari (2017) dengan judul Pengaruh Kinerja *Intellectual Capital* , *Leverage* , dan *size* terhadap Pengungkapan *Intellectual Capital* menunjukkan bahwa kinerja *intellectual capital* (VAIC) tidak berpengaruh terhadap variabel pengungkapan *intellectual capital*, variabel *Leverage* tidak berpengaruh terhadap variabel pengungkapan *intellectual capital* dan variabel *Size* berpengaruh terhadap variabel pengungkapan *intellectual capital*;
11. Hasil penelitian dari Agustina & Mukhtaruddin (2015) dengan judul *Analysis of Intellectual Capital Disclosure Practises: Empirical Study on Services Companies Listed on Indonesia Stock Exchange* menunjukkan bahwa *good corporate governance*, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan pencatatan perusahaan di Bursa Efek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ICD. Ukuran perusahaan secara parsial,

profitabilitas, dan umur listing perusahaan di Bursa Efek berpengaruh signifikan terhadap ICD, sedangkan tingkat *good corporate governance* dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap ICD;

12. Hasil penelitian dari Anam Ousama, Fatima, & Rashid Hafiz-Majdi (2012) dengan judul *Determinants of Intellectual Capital Reporting* menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, jenis industri adalah faktor penentu IC pengungkapan (ICD) dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Malaysia, sedangkan *leverage* dan jenis audit perusahaan tidak secara statistik mempengaruhi ICD.

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu

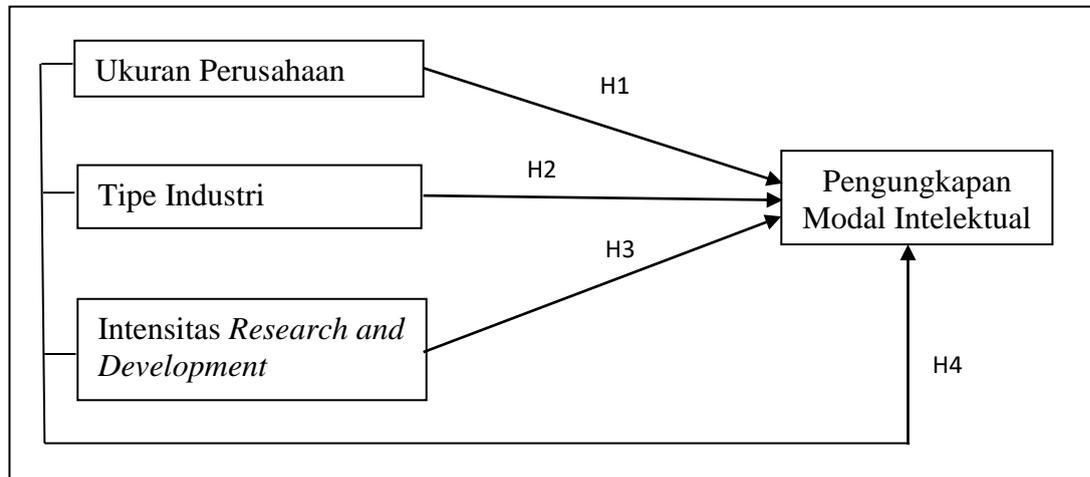
| No | Tahun | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-------|---------------------------|---|--|---|
| 1 | 2016 | Putu Mentari Swari Ashari | Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Modal Intelektual | Variabel Independen : 1. Umur Perusahaan 2. Ukuran Perusahaan 3. Profitabilitas 4. <i>Leverage</i> 5. Komisaris Independen Variabel Dependen : Pengungkapan Modal Intelektual | Profitabilitas dan komisaris independen berpengaruh pada pengungkapan modal intelektual, sedangkan umur perusahaan, ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh pada pengungkapan modal intelektual |
| 2 | 2016 | Kadek Sintya Kumala | Pengaruh <i>Ownership Retention</i> , <i>Leverage</i> , Tipe Auditor, Jenis Industri Terhadap Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i> | Variabel Independen : 1. <i>Ownership Retention</i> 2. <i>Leverage</i> 3. Tipe Auditor 4. Jenis Industri Variabel Dependen : Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i> | <i>Ownership retention, leverage</i> , tipe auditor mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i> dan variabel jenis industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i> . |

Tabel 2.2. Lanjutan

| No | Tahun | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-------|-----------------|--|---|---|
| 3 | 2014 | Aprisa | Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Tipe Auditor dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Modal Intelektual | Variabel Independen : 1. Ukuran Perusahaan 2. Profitabilitas 3. Tipe Auditor 4. Tipe Industri Variabel Dependen : Pengungkapan Modal Intelektual | Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap <i>intellectual capital disclosure</i> dengan nilai signifikansi 0,022, jenis auditor berpengaruh signifikan terhadap <i>intellectual capital disclosure</i> dengan nilai signifikansi 0,000, jenis industri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i> dengan nilai signifikansi 0,004, namun profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>intellectual capital disclosure</i> |
| 4 | 2013 | Wijana & Achsin | <i>The Voluntary Disclosure of Intellectual Capital: A Longitudinal Study from Public Firms in Indonesia</i> | Variabel Independen : 1. Ukuran Perusahaan 2. Jenis Industri 3. Reputasi Auditor 4. Tingkat Hutang 5. Konsentrasi Kepemilikan 6. Umur Perusahaan 7. Probabilitas Variabel Dependen : Pengungkapan IC | Pengungkapan IC secara sukarela dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, jenis industri, dan reputasi auditor secara konsisten pada masing-masing pengamatan. Hasil yang tidak konsisten diperoleh dengan menggunakan variabel tingkat hutang, konsentrasi kepemilikan, umur perusahaan, dan profitabilitas |

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan telaah pustaka yang dilakukan baik teoritis maupun empiris, maka peneliti menggambarkan kerangka pemikiran pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, dan intensitas *research and development* pada pengungkapan modal intelektual sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2012, p. 64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual.
- H₂ : Tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual.
- H₃ : Intensitas *research and development* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual.

H₄ : Ukuran perusahaan, tipe industri dan Intensitas *research and development* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual.