

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Ulum (2019) menganalisis tentang *Intellectual Capital framework* perguruan tinggi di Indonesia berdasarkan Instrumen Akreditasi Program Studi IAPS 4.0 ini dikembangkan dengan tujuan untuk memberikan pedoman dalam menilai pengungkapan IC perguruan tinggi melalui *website*. Level program studi dipilih dengan pertimbangan bahwa program studi adalah garda terdepan dalam pengembangan perguruan tinggi. Selain itu, *home-base* seluruh dosen dan sebagian besar tenaga kependidikan adalah program studi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ulum & Novianty (2012) menganalisis tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Intellectual Capital* pada *official website* perguruan tinggi Indonesia. Hasil penelitian tersebut uji regresi berganda menunjukkan bahwa umur perguruan tinggi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan IC pada *official website*, sedangkan keberadaan *profit center* dan status perguruan tinggi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan IC pada *official website* perguruan tinggi. Tetapi dalam penelitian tersebut ada keterbatasan diantaranya: terdapat potensi subjektivitas peneliti yang cukup tinggi saat peneliti melakukan *check list* item IC pada *website* perguruan tinggi selain itu masih banyak perguruan tinggi yang mengungkapkan item dari komponen IC tidak sesuai dengan tahun yang penelitian (*up date*) sehingga pengungkapan IC yang diamati kurang menggambarkan dengan keadaan yang sekarang.

Penelitian yang dilakukan oleh Fathony (2018) menganalisis tentang *university' characteristics, accreditation status, and intellectual capital disclosure: evidence from indonesia*. Penelitian tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan dan menguji pengaruh umur, ukuran, dan status akreditasi terhadap pengungkapan modal intelektual (IC) perguruan tinggi negeri di

Indonesia, dengan menggunakan website 44 perguruan tinggi negeri terbaik di Indonesia versi 4ICU tahun 2018 sebagai objek penelitian. Berdasarkan analisis yang dilakukan, dari 3 variabel independen hanya satu variabel yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual perguruan tinggi di Indonesia, yaitu size (jumlah mahasiswa), sedangkan usia dan status akreditasi tidak berpengaruh. Oleh karena itu, hipotesis 1 dan 3 ditolak. Sedangkan hipotesis kedua dapat diterima. Dalam penelitian tersebut mempunyai keterbatasan, seperti faktor subjektivitas peneliti ketika membuat *check list item*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ulum, Zubaidah & Jati (2019) menganalisis tentang *intellectual capital disclosure and prospective student interest: an Indonesian perspective*. Penelitian tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan praktik pengungkapan modal intelektual di universitas-universitas terbesar di Indonesia dan untuk menguji secara empiris dampak pengungkapan modal intelektual terhadap minat calon mahasiswa. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dari 30 perguruan tinggi sampel, belum ada perguruan tinggi yang mengungkapkan secara lengkap indikator modal intelektualnya. Sebenarnya selain informasi human capital, perguruan tinggi cenderung melaporkan modal relasionalnya yang secara tidak langsung menggambarkan prestasi dan keunggulan universitas. Namun ada keterbatasan yang dalam penelitian ini adanya beberapa *website* universitas yang sedang dibangun membuat penelitian ini belum maksimal dalam memilih sampel yang ideal. Beberapa universitas terpaksa tidak bisa diobservasi karena konten websitenya tidak bisa dilakukannya akses tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Aulia, Ulum, & Wahyuni (2019) penelitian tersebut menganalisis tentang pengaruh ukuran, kompleksitas, program internasional, dan status akreditasi terhadap pengungkapan *intellectual capital* pada universitas muhammadiyah di Indonesia penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang *intellectual capital reporting* (ICR) pada perguruan tinggi pada tingkat Muhammadiyah, karena masih sangat terbatas penelitian tentang ICR di bidang akuntansi pada perguruan tinggi muhammadiyah (PTM). Hasil

penelitian yang dilakukan pada universitas muhammadiyah versi 4icu, yaitu memiliki populasi sebanyak 44 universitas muhammadiyah yang ada di Indonesia dan adapun jumlah yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel yaitu sebanyak 41 universitas muhammadiyah, dari 41 sampel penelitian dianalisis menggunakan aplikasi WarpPLS 6.0 dan *content analysis*. Berdasarkan penelitian tersebut terdapat keterbatasan masalah dalam melakukan penelitian yaitu terdapat potensi subjektivitas peneliti yang cukup saat peneliti melakukan *check list item* ICD pada *official website*, karena melakukan penelitian secara empiris tentunya beberapa *official website* ada yang tidak bisa diakses atau tidak menampilkan informasi yang bisa saja tidak diinformasikan pada *official website* masing-masing universitas yang dibutuhkan oleh peneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Ulum dan Wijayanti (2018) penelitian ini menganalisis tentang *Intellectual Capital disclosure of Muhammadiyah Universities: evidence from 4ICU*. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi praktik pengungkapan informasi modal intelektual (IC) pada website Universitas Muhammadiyah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan 44 website muhammadiyah terbaik (*survey international colleges and university versi 4 tahun 2018*) sebagai sampel penelitian.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Stakeholder Theory**

*Stakeholder* sebagai beberapa kelompok atau individu yang dapat memberikan pengaruh atau dipengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Teori *stakeholder* lebih menganggap posisi pemangku kepentingan dianggap memiliki kekuatan. Hal ini dikarenakan *stakeholder* memiliki kepentingan untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan sebagai potensi organisasi. Hal tersebut karena dengan manajemen yang baik dan maksimal, maka seluruh potensi organisasi akan dapat menciptakan nilai tambah yang akan dapat mendorong kinerja keuangan

perusahaan yang menjadi orientasi para pemangku kepentingan dalam melakukan intervensi dalam pengelolaan organisasi.

Teori *stakeholder* mendefinisikan bahwa pemangku kepentingan memiliki hak agar mengetahui informasi terkait aktivitas dalam perusahaan, terutama informasi yang berpengaruh terhadap pemangku kepentingan (Kusuma & Aprilia, 2020). Hal ini dikarenakan pemangku kepentingan memiliki tujuan utama dalam membantu manajemen perusahaan untuk mengembangkan penciptaan nilai melalui aktivitas yang dilakukan. Hubungannya dengan pengungkapan *intellectual capital* menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas maupun informasi dalam laporan tahunan perusahaan maupun melalui media lain yang dapat diakses karena pengungkapan *intellectual capital* diperlukan untuk teori *stakeholder* ini.

## 2. *Intellectual Capital*

*Society of Management Accountants of Canada* (SMAC) mendefinisikan aset intelektual sebagai berikut: Dalam neraca, aset intelektual adalah item berbasis pengetahuan, yang dimiliki perusahaan yang akan menghasilkan aliran manfaat di masa depan bagi perusahaan (IFAC 1998).

Definisi yang terdapat pada modal intelektual menurut pakar dan kalangan bisnis, namun secara umum jika diambil suatu keterikatan dari berbagai definisi modal intelektual yang ada, maka modal intelektual dapat didefinisikan sebagai jumlah dari apa yang dihasilkan oleh tiga elemen utama organisasi (modal manusia, struktural capital, customer capital) yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi yang dapat memberikan nilai lebih bagi perusahaan berupa keunggulan dalam bersaing di organisasi.

Menurut Ulum (2017) elemen *intellectual capital* terdiri dari: *human capital*, *structural capital*, *relation capital*. *Human capital* penting karena merupakan sumber inovasi dan pembaruan strategis (Bontis, 1998). Dalam

hal untuk meningkatkan dan mengembangkan kinerja akademisi serta memotivasi mereka agar memperoleh keterampilan dan perspektif baru tentang penelitian dan pengajaran, sistem manajemen human capital dalam perguruan tinggi perlu dirancang.

*Structural capital* melengkapi prosedur kegiatan rutin organisasi ataupun struktur organisasi yang menunjang karyawan dalam menciptakan kinerja intelektual yang maksimal. Sebuah organisasi dengan *structural capital* yang kuat akan memiliki budaya yang mendukung dan memotivasi personal organisasi dalam mencoba sesuatu, terbiasa dengan kegagalan, memperbaiki diri dengan terus belajar, dan mencoba lagi (Bontis, 1998). *Structural capital* pada institusi perguruan tinggi meliputi pengetahuan terdalam tentang proses sosialisasi intern, komunikasi dan manajemen wawasan ilmiah serta wawasan teknis pada perguruan tinggi (Ramirez & Gordillo, 2014).

*Relation capital* merupakan hubungan kerjasama yang harmonis diantara organisasi dengan para mitranya. Pada perguruan tinggi, *relation capital* merupakan koleksi luas hubungan ekonomi, politik dan kelembagaan yang dikembangkan antara perguruan tinggi dan mitra non-akademik seperti contohnya pada perusahaan, organisasi nirlaba, pemerintah daerah dan masyarakat pada umumnya yang juga mencakup gambaran, daya tarik, serta keandalan dari institusi (Kumar, 2009).

### **3. Pengungkapan Berbasis Website**

Kehadiran *website* mewakili awal perubahan pada substansial dalam komunikasi perusahaan. Di masa lalu perusahaan akan memiliki akses ke audiens yang lebih besar. Semakin berkembangnya teknologi pada masa sekarang, *website* memungkinkan perusahaan untuk mengungkapkan konten situs web dengan mempertimbangkan waktu pembaruan, serta memberikan audiens kemampuan untuk menyertakan forum di *website* mereka agar berinteraksi dengan para audiens. Dengan meningkatkan globalisasi ekonomi, cara pengungkapan tradisional cenderung kurang

dapat memberikan informasi yang terbaru kepada para pengguna di seluruh dunia. Dengan demikian, *web* sebagai sarana pengungkapan informasi memiliki fitur-fitur teknologi khusus yang mempermudah kreditor menemukan seluruh informasi terkini yang dapat diakses kapan saja dan dari mana saja secara mendunia (Abdi & Omri, 2020). Dapat disimpulkan bahwa pengungkapan informasi berbasis *website* akan memberikan keuntungan bagi organisasi, baik dari kuantitas audiens yang jauh semakin luas maupun dari sisi waktu yang disediakan secara langsung dan terbaru.

