

pemasok, pelanggan dan juga pemerintah dan masyarakat (Kuryanto,2008). Menurut Ulum (2017) *resources*-nya meliputi *image, customer loyalty, customer satisfaction, supplier relationships, distribution channels, business collaborations, franchising agreements*, dan *negotiating capacity with sources of financial capital*.

Hubungan sosial karyawan harus dianggap sebagai investasi yang harus dikontrol agar lebih bermanfaat bagi perusahaan. Demikian pula, dari sudut pandang individu, harus menarik untuk membuat hubungan sosial berdasarkan pada hubungan yang menjadi bagian dari perusahaan. Pada dasarnya, hubungan antar organisasi membentuk dasar untuk hubungan sosial dan modal manusia melalui interaksi sosial, apa yang pada awalnya merupakan hubungan antar-organisasi yang mapan, mengarah pada pembentukan hubungan sosial. Di sini, kami merujuk pada proses membangun hubungan sosial berdasarkan hubungan antar organisasi sebagai personalisasi (Agndal dan Nilsson, 2006).

Cheng *et al.* (2010) menyebutkan bahwa tugas utama perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan suatu perusahaan memiliki kecenderungan untuk lebih loyal pada perusahaan. Apabila perusahaan sudah mampu menarik konsumen, perusahaan dengan sendirinya dapat memimpin persaingan bisnis dan mencapai kinerja yang maksimal. Untuk mencapai semua itu, dibutuhkan *relationship capital*.

Menurut Sawarjuwono dan Kadir (2003) perusahaan-perusahaan di Indonesia belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital, structural capital*, dan *costumer capital* padahal semua itu merupakan elemen pembangun

intellectual capital perusahaan. Menarik untuk dilihat pentingnya *intellectual capital* dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di Indonesia atau hanya sekedar pelaksanaan saja. Padahal *intellectual capital* berperan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Berdasarkan penelitian Kurniawan (2013), tujuan dari pengukuran prestasi atau kinerja suatu perusahaan dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan baik bagi pihak internal maupun eksternal. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dapat dijadikan sebagai tolak ukur sejauh mana perusahaan dapat mencapai keberhasilannya, sehingga dapat diketahui baik buruknya kondisi suatu perusahaan. Rasio Profitabilitas adalah tolak ukur yang digunakan untuk memberikan gambaran tentang ketepatan manajemen dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Kinerja perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 28 perusahaan yaitu sebesar 20,14% mengalami fluktuasi, 53 perusahaan mengalami peningkatan ROA sebesar 38,13% dan 58 perusahaan mengalami penurunan sebesar 41,73%. Rata-rata hampir setengah dari perusahaan di Indonesia memiliki ROA yang rendah dan dapat dikatakan memiliki kinerja yang kurang baik. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan asset perusahaan dalam menghasilkan ROA dalam satu tahun. Perusahaan yang mengalami penurunan ROA setiap tahun yaitu Semen Gresik Tbk yang pada tahun 2014 menghasilkan ROA sebesar 16,24% menurun pada tahun 2015 menjadi 11,86% dan menurun lagi pada tahun 2016 yaitu 10,25%. Rata-rata penurunan ROA yang terjadi pada Semen Gresik Tbk yaitu sebesar 2,99% setiap tahun. Selanjutnya Asahimas Flat Glass Tbk juga mengalami penurunan ROA setiap tahun. Rata-rata penurunan ROA pada Asahimas Flat Glass

Tbk terjadi sebesar 3,49% setiap tahun. Diikuti oleh Indocement Tunggul Prakarsa Tbk, Holcim Indonesia Tbk dan Beton Jaya Manunggal Tbk. (www.idx.co.id).

Hasil penelitian selanjutnya dari Divianto (2010) menemukan bahwa variabel *relationship capital* berpengaruh nyata dan positif terhadap variabel *business performance*. Agndal dan Nilsson (2006) menemukan bahwa *relationship capital* dapat dilihat sebagai bagian dari modal intelektual perusahaan, dengan adanya *relationship capital* yang dapat mengembangkan *intellectual capital*.

Hasil penelitian Kusumowati (2013) menunjukkan bahwa tidak seluruh komponen *intellectual capital* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan. *Innovation* berpengaruh positif terhadap *relationship capital* dan *human capital*. *Capital process* berpengaruh negatif terhadap *relationship capital*. *Value-added human resource* berpengaruh positif terhadap *relationship capital*. *Relationship capital* dan *value-added human resource* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Putra dkk (2017) *customer capital* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu pada variabel penelitian, penelitian ini terlebih dahulu menguji pengaruh *human capital* dan *structural capital* terhadap *relationship capital* dan kemudian melihat dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Sampel penelitian ini adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah human capital berpengaruh terhadap relationship capital ?
2. Apakah structural capital berpengaruh terhadap relationship capital ?
3. Apakah relationship capital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui secara empiris:

1. Human capital berpengaruh terhadap relationship capital.
2. Structural capital berpengaruh terhadap relationship capital.
3. Relationship capital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi untuk penelitian selanjutnya mengenai intellectual capital di Indonesia dan menambah wawasan mengenai pengaruh dari intellectual capital terhadap kinerja perusahaan di Indonesia

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaannya, khususnya dengan mengelola intellectual capital yang dimiliki agar dapat bersaing secara global.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian skripsi ini dibagi dalam 5 (lima) bab dan setiap bab dibagi lagi menjadi sub-sub bab, hal ini dimaksudkan agar lebih jelas dan mudah dipahami. Secara garis besar materi pembahasan dari masing-masing bab tersebut dijelaskan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan bagian awal dalam penulisan yang menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai landasan teori dan review penelitian terdahulu yang relevan dan mendukung penelitian, dilanjutkan dengan kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan penelitian yang memuat variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis

BAB 4 : OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian.

BAB 5 : KESIMPULAN

Pada bab ini akan berisi kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengolahan data penelitian. Selain itu, dalam bab ini juga berisi saran-saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 The Resource-Based Theory

Resource-Based Theory (RBT) merupakan salah satu teori yang diterima secara luas di bidang manajemen strategik. RBT kali pertama disampaikan oleh Wernerfelt (1984) dalam artikel pionernya berjudul "A Resource-based view of the firm" yang menggabungkan ide '*distinctive competencies*' nya Selznick (1957) dan karya Penrose (1959) tentang '*definition of the firm as a system of productive resources*'. Namun teori yang paling berpengaruh dalam hal ini dialamatkan kepada artikel Barney (1991) berjudul '*Firm Resource and Sustained Competitive Advantage*' yang dipublikasikan di *Journal of Management* (Ulum, 2017).

RBT menyatakan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan bersaing dan mampu mengarahkan perusahaan untuk memiliki kinerja jangka panjang yang baik. *Resources* yang berharga dan langka dapat diarahkan untuk menciptakan keunggulan bersaing, sehingga *resources* yang dimiliki mampu bertahan lama dan tidak mudah ditiru, ditransfer atau digantikan (Ulum, 2017).

Ada dua asumsi yang melekat pada RBT (Nothnagel, 2008) dalam Ulum (2017), yaitu *resource heterogeneity* dan *resource immobility*. *Resource heterogeneity* (juga disebut *resource diversity*) menyinggung apakah sebuah perusahaan memiliki sumber daya atau kapabilitas yang juga dimiliki oleh perusahaan lain yang menjadi kompetitornya, sehingga sumber daya tersebut dianggap tidak dapat menjadi suatu keunggulan bersaing. Sedangkan *resource immobility* menunjuk pada suatu sumber daya yang sulit didapat oleh kompetitor karena sulit untuk mendapatkan atau jika menggunakan sumber daya tersebut biayanya sangat mahal.