

INTELLECTUAL CAPITAL, KINERJA KEUANGAN, DAN COMPETITIVE ADVANTAGE :

**Bukti dari Perbankan Syariah di
Indonesia dan Malaysia**



**Indomedia
Pustaka**

**Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si., CIQaR
Dr. Reny Octavia, SE., M.EI
Eny Maryanti, SE., MA**

**INTELLECTUAL CAPITAL KINERJA KEUANGAN, DAN COMPETITIVE ADVANTAGE:
Bukti dari Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia**

Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si, CIQaR

Dr. Reny Octavia, SE. M.EI

Eny Maryanti, SE., MA



Edisi Asli

Hak Cipta © 2020 pada penulis

Griya Kebonagung 2, Blok I2, No.14

Kebonagung, Sukodono, Sidoarjo

Telp.: 0812-3250-3457

Website: www.indomediapustaka.com

E-mail: indomediapustaka.sby@gmail.com

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2002 TENTANG HAK CIPTA

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling lama **7 (tujuh) tahun** dan/atau denda paling banyak **Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)**.
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama **5 (lima) tahun** dan/atau denda paling banyak **Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)**.

Hermawan, Sigit

Octavia, Reny

Maryanti, Eny

Intellectual Capital, Kinerja Keuangan, dan Competitive Advantage/Sigit Hermawan, Reny

Octavia, Eny Maryanti

Edisi Pertama

—Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2020

Anggota IKAPI No. 195/JTI/2018

1 jil., 17 × 24 cm, 56 hal.

ISBN: 978-623-7889-79-3

1. Keuangan

2. Intellectual Capital, Kinerja Keuangan dan Competitive Advantage

I. Judul

II. Sigit Hermawan, Reny Octavia, Eny Maryanti

Kata Pengantar

Puji Syukur kehadiran Allah SWT sehingga penulisan buku hasil penelitian ini dapat terselesaikan. Buku ini berisi tentang hasil penelitian berkaitan dengan “Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris di Perbankan Syariah Indonesia dan Malaysia). Dengan demikian tujuan penerbitan buku tersebut adalah untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada pembaca tentang intellectual capital, kinerja keuangan, dan keunggulan bersaing baik dari aspek pengaruh dan juga dari variabel interveningnya serta interaksi diantara ketiga variabel tersebut.

Buku ini terdiri dari empat bab, yakni Bab I tentang Pendahuluan, Bab II tentang Rumusan Masalah, Bab III tentang Teori Mutakhir dan Dukungan Data., Bab IV tentang Kesimpulan dan Saran. Bab 1 Pendahuluan berisi tentang fenomena intellectual capital, kinerja keuangan, keunggulan kompetitif, dan perkembangan perbankan Syariah. Pada bab ini juga ada novelty penelitian. Pada Bab 2 Rumusan Masalah berisi tentang permasalahan yang diuji pada penelitian ini. Bab III tentang Teori Mutakhir dan Dukungan Data berisi tentang kajian teoritis, hubungan dan pengaruh antar variabel, serta hasil penelitian. Pada Bab V akan berisi tentang Kesimpulan dan Saran.

Semoga buku hasil penelitian ini bermanfaat untuk rekan-rekan dosen atau mahasiswa yang sedang melakukan penelitian tentang intellectual capital, kinerja keuangan, dan keunggulan kompetitif. Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA)

yang telah membiayai penelitian ini sehingga dapat menjadi buku hasil penelitian seperti ini. Terima kasih juga untuk rekan-rekan Direktorat Riset dan Pengabdian Pada Masyarakat (DRPM) UMSIDA, dan penerbit INDOMEDIA PUSTAKA yang sudah menerbitkan buku ini.

Sidoarjo, 20 November 2020

Penulis

Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si., CIQaR

Dr. Reny Octavia, SE., M.EI

Eny Maryanti, SE., MA

Daftar Isi

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
BAB II. RUMUSAN MASALAH	5
BAB III. TEORI MUTAKHIR DAN DUKUNGAN DATA.....	7
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	41
DAFTAR PUSTAKA.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Obyek Penelitian Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia.....	23
Tabel 3.2.	Statistik Deskriptif (Indonesia).....	39
Tabel 3.3.	Statistik Deskriptif (Malaysia)	31
Tabel 3.4.	R Square (Indonesia).....	31
Tabel 3.5.	R Square (Malaysia)	32
Tabel 3.6.	Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values) (Indonesia).....	33
Tabel 3.7.	Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values) (Malaysia)	35
Tabel 3.8.	Rangkuman Hasil Hipotesis	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	Kerangka Konseptual	22
Gambar 3.2.	Kerangka Konseptual dari Model Struktural	29
Gambar 3.3.	Model Dengan Variabel Intervening (Indonesia)	33
Gambar 3.4.	Model Dengan Variabel Intervening (Malaysia).....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kinerja IC, Kinerja Profitabilitas, dan Kinerja CA Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2016-2018.....	49
Lampiran 2.	Kinerja IC, Kinerja Profitabilitas, dan Kinerja CA Perbankan Syariah Malaysia Tahun 2016-2018	50

BAB 1

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Intellectual Capital (IC) adalah suatu instrumen untuk menilai dan meningkatkan kinerja organisasi atau perusahaan (Hermawan et al, 2020., Hermawan et al, 2020., Hermawan, 2019., Hermawan dkk, 2019., Hermawan dan Mardiyanti, 2016), dan juga menentukan nilai perusahaan (Nguyen and Doan, 2020., Utami, 2018., Li and Zhao, 2017). *IC* merupakan komponen yang telah diformalisasi, ditangkap, diungkit, dan digunakan suatu perusahaan untuk menciptakan kekayaan dengan menghasilkan suatu aset yang bernilai tinggi. *IC* merupakan aset tidak berwujud dan merupakan gabungan dari modal manusia, modal organisasi dan modal pelanggan yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. *IC* juga diakui sebagai salah satu *intangible asset* yang sangat penting di era teknologi, informasi, dan pengetahuan (Kuspita, Tuffhati Dhiagriya., 2018)

IC merupakan sumber daya kunci bagi perusahaan dalam menciptakan *value added* dan memperoleh keunggulan kompetitif yang berarti perusahaan memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing. *IC* sangat dibutuhkan dalam peningkatan kinerja maupun profitabilitas perusahaan ke depan. Menurut (Setianto, 2016) mengungkapkan bahwa terdapat tiga elemen dasar, diantaranya adalah (1) *human capital* merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan dan kompetensi dalam suatu perusahaan. (2) *structural capital* merupakan kemampuan perusahaan dalam

memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan dalam menghasilkan kinerja intelektual yang optimal. (3) *relational capital* merupakan kemampuan perusahaan dalam menjalin hubungan yang harmonis atau *association network* yang dimiliki perusahaan dengan para mitranya.

Perkembangan yang sangat pesat dalam dunia usaha menjadikan perusahaan bersaing semakin kompetitif dan perubahan cara pandang pelaku usaha. Perubahan juga terjadi pada parameter penilaian terhadap perusahaan. Perubahan paradigma dari bisnis berbasis tenaga kerja untuk bisnis berbasis pengetahuan telah membuat inklusi sumber daya manusia ke dalam laporan laba rugi. Diantaranya aset tidak berwujud dan sumber daya manusia yang disebut modal intelektual (*IC*), menjadi aset inti dalam sebuah perusahaan. Pengetahuan diakui sebagai komponen esensial bisnis dan sumber daya strategis yang lebih sustainable (berkelanjutan) untuk memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Bahkan pengetahuan telah menjadi mesin baru dalam pengembangan suatu bisnis. Penerapan bisnis berbasis pengetahuan bertujuan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam meningkatkan nilai tambah (*value added*) pada produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. (Pratama, 2015)

Suatu perusahaan modern dapat menciptakan nilai tambah (*value added*) dan keunggulan kompetitif ketika perusahaan tersebut memiliki keahlian dalam bidang teknologi dan pengetahuan. Dengan demikian usaha dalam menciptakan *value added* dapat dilakukan dengan memanfaatkan aset tidak berwujud. Dalam praktiknya, *IC* adalah aktivitas manajer yang dilakukan dengan upaya atas nama pengetahuan (*knowledge*). Aktivitas tersebut berkaitan dengan pengembangan karyawan, pengembangan aktivitas pemasaran, dan restrukturisasi organisasi. *IC* sendiri diyakini dapat menjadi suatu kekuatan bagi perusahaan untuk mendapatkan kesuksesan dalam dunia bisnis dan seringkali juga digunakan menjadi faktor utama dalam pencapaian profitabilitas perusahaan. Profitabilitas perusahaan telah menjadi kriteria utama dalam menentukan kinerja keuangan perusahaan. Pada dunia bisnis profitabilitas memainkan peran penting dalam struktur dan pengembangan perusahaan karena dapat mengukur kinerja dan keberhasilan perusahaan (Widiatmoko, 2015).

Saat ini, proses pengambilan keputusan di dalam perusahaan tidak cukup hanya didasarkan pada informasi keuangan yang bersifat *mandatory* saja,

informasi yang bersifat *voluntary* juga penting untuk dipertimbangkan. Begitu juga tidak hanya tangible asset yang perlu diungkapkan, *intangible asset* juga sangat penting untuk dilaporkan oleh perusahaan (Nurfauzia, 2018).

Intellectual Capital merupakan sumber daya kunci bagi perusahaan untuk menciptakan *value added* perusahaan. IC sangat dibutuhkan dalam peningkatan kinerja maupun profitabilitas perusahaan ke depan. Salah satu yang dapat diwujudkan oleh perusahaan adalah keunggulan kompetitif. Artinya perusahaan memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing. Dalam proses penciptaan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, perusahaan tidak lagi berfokus pada aset berwujud dan modal yang bersifat keuangan, tetapi berfokus pada pemanfaatan aset intelektual yang unik. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang unggul secara kompetitif ialah perusahaan yang mampu mengoptimalkan aset tidak berwujudnya. Apabila perusahaan masih mengandalkan aset berwujud, maka dengan mudah ditiru oleh pesaingnya.

Adapun beberapa penelitian mengenai *IC* yang telah dilakukan di Indonesia, salah satunya penelitian oleh Ivan Herdyanto dan Mohamad Nasir (2013) menunjukkan bahwa *IC* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, ROE dan ATO. *IC* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Growth*. Studi ini menemukan bahwa (VACA) memberikan kontribusi yang penting dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif perusahaan.

Selain itu juga terdapat penelitian (Kamukama, Nixon., 2011) yang melakukan penelitian tentang pengaruh keunggulan kompetitif sebagai mediator antara *IC* dan kinerja perusahaan. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa efek mediasi keunggulan kompetitif pada hubungan *IC* dan kinerja keuangan memenuhi kondisi mediasi. Serta pada penelitian Ulum (2009) menunjukkan bahwa *IC* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, apabila perusahaan dapat mengelola dan mengembangkan *IC* yang dimiliki dengan baik, maka akan terjadi peningkatan terhadap profitabilitas perusahaan yang mengindikasikan kinerja keuangan yang semakin baik.

Sementara itu, sektor perbankan merupakan sektor jasa yang padat pengetahuan, banyak menggunakan teknologi informasi sehingga sangat tepat digunakan untuk penelitian *Intellectual Capital* (*IC*) atau dalam kategori *high IC intensive*. Menurut beberapa penelitian dari (Hermawan, S., 2016), (Hermawan

Sigit, 2013), (Aji, Rizqon Halal Syah, 2015) *IC* sebagai aktiva tak berwujud atau *intangible asset* terbukti mampu meningkatkan kinerja keuangan, kinerja bisnis, daya saing, dan kesejahteraan organisasi. Maksimalisasi peran *IC* dibutuhkan agar dapat lebih meningkatkan kinerja perbankan Syariah.

Menurut Rani et al (2020) bahwa perbankan Syariah di dunia saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat baik karena peningkatan kinerja yang sangat pesat. Berdasarkan data Islamic Financial Services Board (IFSB), bahwa pada tahun 2017 kuartal pertama total aset industri perbankan Syariah global tumbuh sebesar 8% dari USD 1,573 miliar menjadi USD 1,699 miliar di kuartal pertama tahun 2018 (IFSB, 2018). Pada negara yang penduduknya mayoritas muslim, perbankan Syariah tumbuh dan berkembang sangat pesat, seperti di Malaysia, Indonesia, dan Brunai Darussalam. Menurut data OJK pada tahun 2017, jumlah Bank Umum Syariah di Malaysia sebanyak 27, Indonesia sebanyak 13, dan Brunai Darussalam sebanyak 2. Prospek yang sangat besar inilah yang harus dikembangkan terus kinerja dan daya saing perbankan Syariah melalui optimalisasi di bidang human capital, structural capital, dan relational capital atau yang disebut dengan intellectual capital. Dengan demikian perlu adanya riset terkait dengan intellectual capital, kinerja dan *competitive advantage*.

Sementara itu, penelitian intellectual capital ini berbeda dengan penelitian intellectual capital yang dilakukan Hermawan sebelumnya, seperti Hermawan (2020), Sriwahyuni, Hermawan, dan Hanun (2019), Hermawan dan Millanetty (2017), Hermawan (2016), Hermawan (2016), Hermawan (2015), Hermawan (2013), Hermawan dan Herlina (2013), Hermawan dan Wisnuaji (2013), Hermawan (2013), Hermawan (2012), Hermawan (2011), Hermawan (2010). Pada penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menguji pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan dengan *competitive advantage* sebagai variabel intervening pada perbankan Syariah Indonesia dan Malaysia.

BAB 2

Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah IC berpengaruh terhadap kinerja keuangan perbankan syariah Indonesia dan Malaysia ?
2. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap competitive advantage perbankan Syariah Indonesia dan Malaysia ?
3. Apakah IC berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan competitive advantage sebagai variabel intervening ?

[6] *Intellectual Capital , Kinerja Keuangan, dan Competitive Advantage: Bukti dari Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia*

BAB 3

Teori Mutakhir dan Dukungan Data

3.1. Teori Dasar

Penelitian ini menggunakan tiga teori dasar yang sesuai untuk penelitian IC, yakni *Resource Based Theory (RBT)*, *Stakeholders Theory*, *Legitimacy Theory*. Berikut penjelasan setiap teori dasar tersebut.

Resource-Based Theory (RBT)

Resource-Based Theory (RBT) merupakan salah satu teori yang diterima secara luas dibidang manajemen stratejik. Teori ini mengacu pada keunggulan perusahaan dan sumber daya yang unggul. Dengan sumber daya yang unggul maka perusahaan akan mempunyai keunggulan kompetitif dibanding dengan perusahaan lain. *Resource-Bases Theory (RBT)* mengemukakan bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen, tidak homogeny, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya perusahaan yang memberikan karakter unik bagi tiap-tiap perusahaan(Ulum, 2016a)

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

Selain itu, *the resources based theory* banyak digunakan sebagai referensi teori dari pengelolaan IC. Menurut *the resource based theory* (RBT) bahwa perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif dan kinerja superior melalui akuisisi, memperoleh, dan menggunakan aset strategis yang penting untuk keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang superior. Baik aktiva berwujud dan tak berwujud dirasakan sebagai aktiva strategis yang potensial. Menurut teori ini, bahwa manfaat dari kedua aktiva ini merupakan hasil yang positif antara sumber daya perusahaan dan pengukuran kinerja (Hermawan, 2012)

(Ulum, 2016a) menyatakan bahwa dalam perspektif RBT, *firm resources* meliputi aset, kapabilitas, proses organisasional, atribut-atribut perusahaan, informasi, *knowledge*, dan lain-lain yang dikendalikan oleh perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk memahami untuk mengimplementasikan strategi guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. Lebih lanjut (Ulum, 2016b) menyatakan bahwa untuk memahami sumber dari keunggulan kompetitif berkelanjutan (*sustained competitive advantages*), perlu dibangun suatu model teoritis yang bermula sebuah asumsi bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen dan immobile. Agar menjadi sumber daya potensial dalam *sustained competitive advantages*, maka sumber daya perusahaan harus memiliki empat atribut, yaitu:

1. Bernilai (*valuable resources*)
Sumber daya perusahaan hanya dapat menjadi sumber keunggulan bersaing (*competitive advantages*) atau keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustained competitive advantages*) ketika mereka berharga (*valuable*). Sumber daya menjadi berharga ketika mereka memungkinkan perusahaan untuk memahami atau menerapkan strategi yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas.
2. Langka (*rare resources*)
Analisis yang sama berlaku untuk sumber daya perusahaan yang berharga yang digunakan untuk memahami dan menerapkan strategi. Beberapa strategi memerlukan kombinasi unik antara modal fisik, modal manusia, dan sumber daya modal organisasi untuk implementasi. Jika sumber daya perusahaan tidak langka, maka sejumlah besar perusahaan akan dapat memahami dan melaksanakan strategi tersebut, dan strategi ini

tidak akan menjadi sumber keunggulan bersaing, meskipun sumber daya tersebut mungkin berharga.

3. Tidak Dapat Ditiru (*imperfectly imitable resources*)

Tidaklah sulit untuk melihat bahwa sumber daya berharga dan langka yang dimiliki organisasi merupakan sumber keunggulan bersaing. Perusahaan yang memiliki sumber daya tersebut akan sering membuat inovasi strategis, karena mereka akan dapat memahami dan terlibat dalam strategi tersebut. Sumber daya yang bernilai dan langka tersebut hanya dapat menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkesinambungan jika perusahaan lain yang tidak memilikinya, tidak dapat memperoleh sumber daya tersebut.

4. Tidak Ada Sumber Daya Pengganti (*non-substitutability resources*)

Persyaratan terakhir untuk sumber daya perusahaan menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan adalah bahwa tidak boleh ada sumber daya strategis yang setara, baik dari sisi kelangkaan maupun *imitable*. Sumber daya yang sulit digantikan adalah sumber daya yang tidak memiliki ekuivalen strategis. Secara umum, nilai strategis dari sumber daya meningkatkan kesulitan untuk menggantikannya. Semakin tidak terlihat suatu kompetensi, semakin sulit bagi perusahaan untuk mencari penggantinya dan semakin besar tantangan bagi para pesaing untuk meniru strategi penciptaan nilai perusahaan.

Stakeholder Theory

Berdasarkan teori *stakeholder*, manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh stakeholder mereka dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada stakeholder. Tujuan utama dari teori stakeholder ialah 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 ialah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktivitas-aktivitas mereka dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi stakeholder. Pada kenyataannya, inti dari keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan stakeholder menjalankan hubungan mereka (Ulum, 2016b).

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, 2016b).

Teori *stakeholder* menegaskan bahwa keberlangsungan perusahaan mensyaratkan dukungan para *stakeholder*, kepentingan mereka harus diperhatikan dan aktivitas perusahaan seharusnya diarahkan untuk memenuhi ekspektasi mereka. Semakin berkuasa *stakeholder*, semakin banyak perusahaan beradaptasi. Menurut (Ulum, 2016b), *stakeholder* memiliki kemampuan memengaruhi (langsung atau tidak langsung) pengendalian terhadap sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan. Dengan demikian, kekuatan *stakeholder* ditentukan oleh tingkat kontrol yang mereka miliki kepada sumber daya.

Legitimacy Theory

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 masyarakat. Dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktivitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas. Teori legitimasi bergantung pada premis bahwa terdapat “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial (Ulum, 2016b).

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 persusahaan tersebut tidak mampu melegitimasi statusnya berdasarkan *tangible assets* yang umumnya dikenal sebagai simbol kesuksesan perusahaan (Ulum, 2016b)

Berdasarkan kajian 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 public sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi di dalam laporan keuangan (Ulum, 2016b)

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 public ini menjadi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam lingkungan sosial perusahaan (Ulum, 2016b).

3.2. Intellectual Capital

Salah satu *asset intangible* yang sangat penting di era informasi dan pengetahuan adalah modal intelektual. Modal intelektual (IC) merupakan aset tidak berwujud berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing serta meningkatkan kinerja perusahaan. (Ulum, 2016b) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai jumlah dari segala sesuatu yang ada di perusahaan yang dapat membantu perusahaan untuk berkompetisi di pasar, meliputi *intellectual material* – pengetahuan, informasi, pengalaman, dan *intellectual property* – yang dapat digunakan untuk menciptakan kesejahteraan.

Organization for Economic Co-operation and Development menyebutkan *intellectual capital* sebagai nilai ekonomis dari dua kategori aset tak berwujud: (1) *organizational (structural) capital*; dan (2) *human capital*. Lebih tepatnya, *organizational (structural) capital* mengacu pada hal seperti sistem software, jaringan distribusi, dan rantai pasokan. *Human capital* meliputi sumber daya manusia di dalam organisasi (yaitu sumber daya tenaga kerja/karyawan) dan sumber daya eksternal yang berkaitan dengan organisasi, seperti konsumen dan *supplier*.

Intellectual Capital umumnya diidentifikasi sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan (bisnis perusahaan) dan nilai buku dari aset perusahaan tersebut atau dari *financial capitalnya*. Hal ini berdasarkan suatu observasi bahwa sejak akhir 1980-an, nilai pasar dari bisnis kebanyakan dan secara khusus adalah bisnis yang berdasar pengetahuan telah menjadi lebih besar dari nilai yang dilaporkan dalam laporan keuangan berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh akuntan.

Usaha-usaha telah dilakukan untuk mengestimasi nilai pengetahuan dalam rangka untuk mendapatkan nilai perusahaan yang sesungguhnya. Secara umum, diasumsikan bahwa peningkatan dan digunakannya pengetahuan dengan lebih baik akan menyebabkan pengaruh yang bermanfaat bagi kinerja perusahaan.

Meskipun terdapat banyak perdebatan dalam menentukan definisi pengetahuan, namun kebanyakan membedakan pengetahuan dalam tiga kategori, yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan karyawan (*human capital*), pengetahuan yang berhubungan dengan pelanggan (*relation capital*), dan pengetahuan yang berhubungan hanya dengan perusahaan (*structural capital*). Ketiga kategori tersebut membentuk suatu *intellectual capital* bagi perusahaan.

Intellectual Capital mewakili sumber daya yang bernilai dan kemampuan untuk bertindak yang berdasarkan pada pengetahuan. Namun demikian, bahwa *intellectual capital* adalah hasil akhir dari proses transformasi pengetahuan atau pengetahuan itu sendiri yang ditransformasikan ke dalam *intellectual property* atau *intellectual assets* perusahaan (Ulum, 2016b).

3.3. Karakteristik *Intellectual Capital*

Menurut Sangkala, *intellectual capital* memiliki karakteristik sebagai berikut (Agustina, 2012):

1. *Non Rivalrous*, Artinya sumber daya tersebut dapat digunakan secara berkelanjutan oleh berbagai macam pemakai, di dalam lokasi yang berbeda dan pada saat yang bersamaan.
2. *Increasing Return*, Artinya dapat meningkatkan keuntungan margin per incremental unit dari setiap investasi yang dilakukan.

3. *Not Additive*, Artinya nilai yang tercipta bisa terus-menerus meningkat, tanpa mengurangi unsur pokok dari sumber daya tersebut, karena sumber daya ini merupakan *condependent* dalam penciptaan nilai.

Sedangkan menurut Brooking, suatu aset dapat disebut sebagai *intellectual capital* jika memenuhi karakteristik sebagai berikut (Agustina, 2012):

1. Aset yang memberikan perusahaan kekuatan dalam pasar (trademark, kesetiaan pelanggan, bisnis yang terus berulang, dll).
2. Aset yang menyajikan property dari hasil pemikiran *intellectual property* seperti paten, merk dagang, hak cipta, dll.
3. Aset yang memberikan organisasi kekuatan internal, seperti budaya perusahaan, manajemen dan proses bisnis, kekuatan yang dihasilkan dari sistem teknologi informasi, dll.
4. Aset yang dihasilkan dari individu yang bekerja diperusahaan seperti pengetahuan mereka kompetensi, kemampuan networking, dll.

3.4. Komponen *Intellectual Capital*

International Federation of Accountan (IFAC) mengklasifikasi *intellectual capital* dalam tiga kategori, yaitu *human capital*, *structural capital* atau *organization capital* dan *relation capital* atau *customer capital* yang secara rinci dijelaskan sebagai berikut (Sawarjuwono & Kadir, 2013):

1. *Human Capital*

Human Capital merupakan lifeblood dalam *intellectual capital* yang merupakan sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi termasuk dalam komponen yang sulit diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan dan kompensasi dalam suatu perusahaan. *Human capital* menggambarkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada di dalam perusahaan. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan dapat menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. Beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dalam modal ini, yaitu *training programs, credential experience, competence, recruitment, mentoring, learning programs, individual potential and personality*(Sawarjuono & Kadir, 2013).

2. *Structural 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, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufacturing, budaya organisasi, filosofil manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang tidak dimanfaatkan secara maksimal(Sawarjuono & Kadir, 2013).

3. *Relational Capital*

Elemen ini merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis atau *association network* yang dimiliki perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun masyarakat sekitar. *Relation capital* dapat muncul dari berbagai bagian di luar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut(Sawarjuono & Kadir, 2013).

3.4. Pengukuran *Intellectual Capital*

Metode *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC) didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible assets*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan. VAIC merupakan instrument untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan. Metode ini untuk mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi *intellectual capital* dan *capital employed* dalam menciptakan nilai berdasarkan pada hubungan tiga komponen utama, yaitu (1) *Human Capital*, (2) *Capital Employed*, (3) *Structural Capital*.

Model ini dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added* (VA). *Value added* merupakan indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*). VA dihitung sebagai selisih antara output

dan input. Output (OUT) merepresentasikan *revenue* dan mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual di pasar, sedangkan input (IN) mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh *revenue*. Hal penting dalam model ini adalah bahwa beban karyawan (*labour expense*) tidak termasuk dalam IN. karena peran aktifnya dalam proses *value creation*, *intellectual potential* (yang direpresentasikan dengan *labour expense*) tidak dihitung sebagai biaya (*cost*) dan tidak masuk dalam komponen IN. karena itu, aspek kunci dalam model Pulic adalah memperlakukan tenaga kerja sebagai entitas penciptaan nilai (*value creating entity*) (Ulum, 2013).

Proses *value creation* dipengaruhi oleh efisiensi dari *Human Capital* (HC), *Capital Employed* (CE), *Structural Capital* (SC) :

1. *Value Added of Capital Employed* (VACA)

Value Added of Capital Employed (VACA) ialah indikator untuk VA yang diciptakan oleh satu unit dari *physical capital*. Pulic (1998) menyatakan bahwa jika 1 unit dari *capital employed* (CE) menghasilkan return yang lebih besar daripada perusahaan yang lain, maka berarti perusahaan tersebut lebih baik dalam memanfaatkan CE-nya. Dengan demikian pemanfaatan *intellectual capital* (IC) yang lebih baik merupakan bagian dari *intellectual capital* (IC) perusahaan (Ulum, 2009).

2. *Value Added Human Capital* (VAHU)

Value Added Human Capital (VAHU) menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Hubungan antara VA dan HC mengindikasikan kemampuan dari HC untuk menciptakan nilai di dalam perusahaan. Menurut pandangan para penulis IC terkemuka lainnya berpendapat bahwa total biaya gaji dan upah merupakan indikator dari HC perusahaan. Pulic berpendapat bahwa sejak pasar menentukan gaji sebagai akibat dari kinerja, secara logis dapat disimpulkan bahwa keberhasilan HC harus dinyatakan dengan kriteria yang sama (Ulum, 2009).

3. *Structural Capital Value Added* (STVA)

Structural Capital Value Added (STVA) menunjukkan kontribusi *structural capital* (SC) dalam penciptaan nilai. STVA mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. SC bukanlah ukuran yang independen sebagaimana HC dalam proses penciptaan nilai.

Ini berarti semakin besar, kontribusi HC dalam *value creation*, maka akan semakin kecil kontribusi SC. Lebih lanjut Pulic menyatakan bahwa SC ialah VA dikurangi HC (Ulum, 2009).

3.5. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang diterima. Angka profitabilitas dinyatakan antara lain dalam angka laba sebelum atau sesudah pajak, laba investasi, pendapatan per saham, dan laba penjualan. Nilai profitabilitas menjadi norma ukuran bagi kesehatan perusahaan.

Menurut Munawir (2017) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Sedangkan menurut Sudana (2011) profitabilitas ialah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.

Rasio-rasio profitabilitas diperlukan untuk pencatatan transaksi keuangan yang dinilai oleh investor dan kreditur (bank) untuk menilai jumlah laba investasi yang akan diperoleh oleh investor dan besaran laba perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan membayar utang kepada kreditur berdasarkan tingkat pemakaian asset dan sumber daya lainnya sehingga terlihat tingkat efisiensi perusahaan.

Efektifitas dan efisiensi manajemen bisa dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan yang dilihat dari unsur-unsur laporan keuangan. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas maka kondisi perusahaan semakin baik. Nilai yang tinggi melambangkan tingkat laba dan efisiensi perusahaan tinggi yang bisa dilihat dari tingkat pendapatan dan arus kas.

3.6. Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang sering digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Margin Laba Kotor (Gross Profit Margin)*
Merupakan rasio profitabilitas untuk menilai presentase laba kotor terhadap penjualan. Laba kotor yang dipengaruhi oleh laporan arus kas memaparkan besaran laba yang didapatkan oleh perusahaan dengan mempertimbangkan biaya yang dipakai untuk memproduksi produk atau jasa(Widiatmoko, 2015).
2. *Margin Laba Bersih (Net Profit Margin)*
Merupakan rasio profitabilitas untuk menilai presentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* maka semakin baik operasi suatu perusahaan(Widiatmoko, 2015).
3. *Return On Assets (ROA)*
Merupakan rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang(Riadi, 2017). Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan assetnya, baik aset berwujud maupun tak berwujud akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan(Wild, Subramanyam, & Halsey, 2015).
4. *Return On Equity (ROE)*
Merupakan rasio profitabilitas untuk membandingkan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang telah diinvestasikan pemegang saham perusahaan. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham dan sering kali digunakan dalam membandingkan dua atau lebih perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif(Kuswanto, 2016).
5. *Return on Investment (ROI)*
Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik kondisi suatu perusahaan(Kuspinta & Husaini, 2018).

6. *Earning Per Share (EPS)*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menilai tingkat kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba untuk perusahaan. Manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat memperhatikan EPS karena menjadi indikator keberhasilan perusahaan (Kuspinta & Husaini, 2018).

7. *Net Interest Margin (NIM)*

NIM ini adalah ratio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan manajemen bank dalam hal terutama dalam hal pengeolaan aktiva produktif sehingga bisa menghasilkan laba bersih. Pendapatan bunga bersih itu sendiri bisa dihitung dengan cara pendapatan bunga dikurangi beban bunga. Ratio ini sangat dibutuhkan dalam pengelolaan bank dengan baik sehingga bank-bank yang bermasalah dan mengalami masalah bisa diminimalisir. Semakin besar ratio maka hal ini akan mempengaruhi pada peningkatan pendapatan bunga yang diperoleh dari aktiva produktif yang dikelola oleh pihak bank dengan baik. Dengan demikian, resiko yang seringkali menimbulkan masalah dalam bank bisa dihindari. Bagaiamanapun juga, pengelolaan dan manajemen yang baik disetiap kegiatan operasional bank memang sangat dibutuhkan sehingga bank bisa berada dalam kondisi yang lebih aman.

3.7. Pengertian Keunggulan Kompetitif (*Competitive Advantage*)

Manajemen strategis adalah tentang mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. David (2016) mengemukakan definisi keunggulan kompetitif ialah kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan diantara perusahaan lain.

Sedangkan menurut Hestanto (2018) keunggulan kompetitif ialah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki

kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lainnya tidak dapat, atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaingnya. Hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif. Memiliki dan menjaga keunggulan kompetitif sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang dari suatu organisasi. Umumnya, sebuah perusahaan mampu untuk mempertahankan keunggulan kompetitif hanya untuk periode tertentu karena ditiru pesaing dan melemahnya keunggulan tersebut (David, 2016)

Jadi tidaklah cukup untuk memiliki keunggulan kompetitif. Perusahaan harus berusaha untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) dengan secara terus menerus beradaptasi dengan trend dan kejadian eksternal. Setiap perusahaan harus memiliki setidaknya satu keunggulan untuk berhasil bersaing di pasar. Jika sebuah perusahaan tidak dapat mengidentifikasi satu atau tidak memiliki, maka perusahaan akan kalah bersaing dengan perusahaan lain.

(David, 2016) telah mengidentifikasi dua bentuk dasar dari keunggulan kompetitif, yaitu:

1. Keunggulan Biaya

Sebuah perusahaan dapat mencapai kinerja yang superior dengan menghasilkan produk atau layanan yang serupa namun biaya lebih rendah. Dalam hal ini, perusahaan menjual produk dengan harga yang sama dengan pesaing namun menuai keuntungan margin yang lebih tinggi karena biaya produksi lebih rendah.

2. Keunggulan diferensiasi

Keunggulan diferensiasi dicapai dengan menawarkan produk dan layanan unik dan membebankan harga premium untuk itu. Strategi diferensiasi digunakan dalam situasi ini dan perusahaan lebih condong untuk melakukan branding, periklanan, desain, kualitas dan pengembangan produk daripada efisiensi, outsourcing atau inovasi proses. Pelanggan bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk fitur unik dan kualitas terbaik.

3.8. Hubungan Antar Variabel

a. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Intellectual capital adalah kemampuan, keterampilan, keahlian, dan bentuk pengetahuan yang berguna dalam organisasi sebagai keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga dapat bersaing dan bertahan dipasar dan meningkatkan kekayaan perusahaan. Jika perusahaan bisa memanfaatkan *intellectual capital* yang dimilikinya maka perusahaan itu akan lebih unggul dibanding perusahaan lain. Profitabilitas perusahaan selain dipengaruhi aset fisik perusahaan juga dipengaruhi aset tidak berwujud seperti kemampuan karyawan, infrastruktur yang memadai, teknologi yang canggih, hubungan dengan pemasok dan pelanggan yang baik, nama baik perusahaan, dan kemampuan untuk melakukan inovasi-inovasi dalam produknya.

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kuspita dan Husaini (2013), (Hermawan, S., 2016), (Sriwahyuni, Diana., 2019) Khairiyansh ah dan Vehtasvili (2018) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

b. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Keunggulan Kompetitif

Modal intelektual dianggap sebagai sumber pengetahuan yang memiliki peran penting dalam peningkatan kekayaan perusahaan. Persaingan bisnis yang semakin kompetitif memaksa perusahaan untuk meningkatkan investasi dan pengelolaan aset yang berharga dan sukar ditiru agar tetap bisa bersaing dengan para pesaingnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Indah, 2017) Rochmadhona, Suganda dan Cahyadi (2018), (Hariyanto, Wiwit., 2016) yang menunjukkan bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

c. Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Profitabilitas

Keunggulan kompetitif ialah kemampuan perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yg efektif.

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Indah, 2017) (Kamukama, Nixon., 2011),(Anggraini, Fivi., 2015) Rochmadhona, Suganda dan Cahyadi (2018) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap profitabilitas.

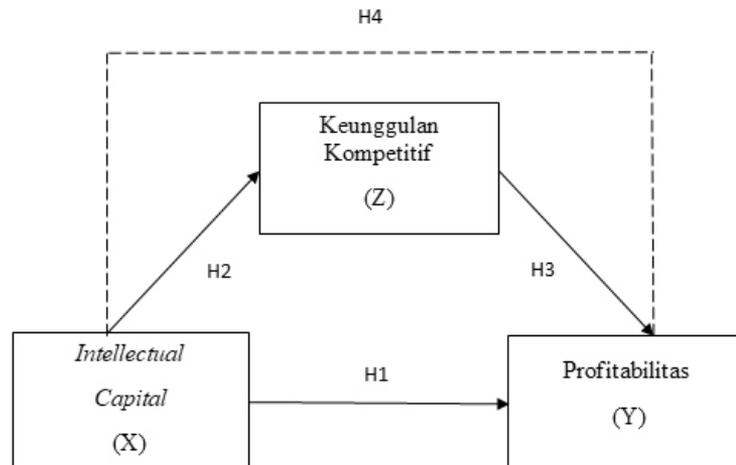
d. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Profitabilitas dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Intervening

IC sangat erat hubungannya dengan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif merupakan nilai tambah bagi suatu perusahaan agar dapat bersaing dengan para pesaingnya dan juga dapat bertahan di lingkungan bisnis yang dinamis. Jika pasar menilai bahwa perusahaan tersebut mempunyai keunggulan kompetitif yang baik dibanding dengan perusahaan lainnya, maka persepsi mereka terhadap nilai perusahaan tersebut akan meningkat dan berdampak pada profitabilitas perusahaan. Efektivitas dan efisiensi manajemen dapat dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan yang dilihat dari unsur-unsur laporan keuangan. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas maka semakin baik pula kondisi perusahaan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Anggraini, Fivi., 2015) (Hameed, Ary Adil., 2018), Rochmadhona, Suganda dan Cahyadi (2018) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif memediasi hubungan *intellectual capital* terhadap profitabilitas perusahaan.

3.9. Kerangka Penelitian

Penelitian ini menguji pengaruh IC (VAIC) terhadap profitabilitas dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel intervening. Sehingga analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji pengaruh tersebut dan dapat digambarkan rerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



GAMBAR 3.1 Kerangka Konseptual

Keterangan

- Garis Parsial : —————>
- Garis Simultan : - - - - ->

3.10. Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teori kerangka berpikir yang terdapat dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. H1 : *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan perbankan di Indonesia
2. H2 : *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan perbankan di Indonesia.
3. H3 : Keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan perusahaan perbankan di Indonesia.
4. H4 : *Intellectual capital* terhadap profitabilitas melalui keunggulan kompetitif sebagai variabel intervening di perusahaan perbankan di Indonesia
5. H5 : *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan perbankan di Malaysia
6. H6 : *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan perbankan di Malaysia

7. H7 : Keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan perusahaan perbankan di Malaysia.
8. H8 : *Intellectual capital* terhadap profitabilitas melalui keunggulan kompetitif sebagai variabel intervening di perusahaan perbankan di Malaysia

3.11. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah 11 bank syariah yang listing di Bursa Efek Indonesia dan 11 bank syariah Malaysia yang listing di Kuala Lumpur Stock Exchange (KLSE). Berikut nama bank Syariah yang ada di Indonesia dan Malaysia yang digunakan sebagai obyek penelitian.

Tabel 3.1 Obyek Penelitian Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia

No	Bank Syariah Indonesia	Bank Syariah Malaysia
1	PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk	Affin Islamic Bank Berhad
2	PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk	Al Rajhi Banking & Investment Corp
3	PT. BRI Syariah, Tbk	AMMB Holding Benhard
4	PT. BNI Syariah, Tbk	Bank Islam Malaysia Benhard
5	PT. BCA Syariah, Tbk	Hong Leong Islamic Bank Benhard
6	PT. Bank Jabar Banten Syariah, Tbk	HSBC Amanah Bank Benhard
7	PT. Bank Maybank Syariah Ind, Tbk	Kuwait Finance House Benhard
8	PT. Bank Panin Syariah, Tbk	OCBC Al Amin Bank Benhard
9	PT. Bank Bukopin Syariah, Tbk	Public Bank Benhard
10	PT. Bank Syariah Mega Indonesi, Tbk	RHB Insurance Benhard
11	PT. Bank Victoria Syariah, Tbk	Standar Chartered Saadiq Benhard

Sumber Data : Data Diolah

Alasan menetapkan bank syariah sebagai obyek penelitian karena perbankan syariah adalah sektor yang dapat memberikan kontribusi besar pada perekonomian Indonesia sehingga perlu ditingkatkan kinerjanya. Selain itu, juga banyak praktik perbankan syariah yang belum memenuhi ketentuan syariah sehingga perlu dibenahi praktik pengelolaan *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. Alasan lain penetapan perbankan syariah sebagai obyek penelitian karena menurut *Global Industry Clasification Standard (GICS)* bahwa perusahaan sektor perbankan adalah salah satu perusahaan dalam

klasifikasi *high IC intensive industry* atau perusahaan yang padat *intellectual capital* (Woodcock & Whiting, 2009)

3.12. Definisi Operasional Variabel

Menurut (Hermawan, S, 2016) variabel penelitian merupakan atribut, ciri, sifat, kemampuan dan ukuran lainnya yang berbeda-beda (bervariasi) yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, terdapat 3 variabel yaitu :

1. Variabel independen atau juga disebut variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubah atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Hermawan & Amirullah, 2016). Variabel independen dalam penelitian ini adalah IC yang diukur dengan metode *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC) yang terdiri dari *physical capital* (VACA), *human capital* (VAHU), dan *structural capital* (STVA).. Formulasi dan tahapan perhitungan VAIC adalah sebagai berikut :

- a. *Value Added* (VA)

Tahap pertama dalam menghitung VAIC yaitu dengan menghitung *Value Added* (VA). *Value Added* merupakan indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*). VA dihitung sebagai selisih antara *output* dan *input*. *Output* (OUT) merepresentasikan *revenue* dan mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual di pasar. Sedangkan *input* (IN) mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh *revenue* (Ulum, 2009).

$$VA = \text{OUTPUT} - \text{INPUT}$$

Dimana :

Output = Total penjualan dan pendapatan lain

Input = Beban penjualan dan biaya lain-lain (selain beban karyawan)

- b. *Value Added Capital Employed* (VACA)

Tahap yang kedua yaitu dengan menghitung VACA yang merupakan perbandingan *Value Added* (VA) dengan *Capital Employed* (CE). VACA

merupakan indikator untuk VA yang diciptakan oleh satu unit dari *Physical Capital*. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari CE terhadap VA organisasi (Hermawan & Mardiyanti, 2016).

$$VACA = VA/CE$$

Dimana :

VA = *Value Added*

CE = *Capital Employed* (ekuitas, laba bersih)

c. *Value Added Human Capital* (VAHU)

Tahap ketiga yaitu dengan menghitung VAHU. VAHU adalah perbandingan antara *Value Added* (VA) dengan *Human Capital* (HC). Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam HC terhadap VA organisasi (Hermawan & Mardiyanti, 2016) .

$$VAHU = VA/HC$$

Dimana :

VA = *Value Added*

HC = *Human Capital* (beban karyawan)

d. *Structural Capital Value Added* (STVA)

Tahap keempat yaitu menghitung STVA. STVA merupakan rasio *Structural Capital* (SC) terhadap *Value Added* (VA). Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai .(Hermawan, S., 2016)

$$STVA = SC/VA$$

Dimana :

SC = *Structural Capital* (VA-HC)

VA = *Value Added*

e. *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC)

Tahap kelima yaitu menghitung VAIC. VAIC mengindikasikan kemampuan *Intellectual Capital* organisasi yang dapat juga dianggap sebagai *Business Performance Indikator* (BPI). VAIC merupakan penjumlahan dari komponen sebelumnya yaitu VACA, VAHU, dan STAVA (Ulum, 2009).

$$VAIC = VACA + VAHU + STAVA$$

2. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel independen (Hermawan & Amirullah, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Net Interest Margin (NIM). NIM ini adalah ratio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan manajemen bank dalam hal terutama dalam hal pengelolaan aktiva produktif sehingga bisa menghasilkan laba bersih. Adapun rumus NIM adalah

$$\text{NIM} = (\text{Pendapatan Bunga Bersih} / \text{Rata-Rata Aktiva Produktif}) \times 100\%$$

3. Variabel Intervening

Variabel intervening merupakan variabel yang berada di tengah antara variabel independen dan variabel dependen (Hermawan & Amirullah, 2016). Dalam penelitian ini, keunggulan kompetitif digunakan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan strategi bersaing yaitu strategi biaya rendah (*low cost*) dan diferensiasi (*differentiation*). Keunggulan kompetitif diukur dengan menggunakan dua ukuran strategi yaitu pertama: *asset utilization efficiency* yang mengindikasikan pentingnya efisiensi dalam operasional perusahaan, jadi lebih cenderung pada strategi biaya rendah dan kedua: *price premium capability* bahwa perusahaan mampu untuk membebankan *price premium* kepada pelanggan, sehingga perusahaan harus melakukan strategi inovasi untuk menawarkan produk dan layanan unik sehingga pelanggan bisa dibebankan harga tersebut. Rumus untuk menghitung strategi kompetitif sebagai berikut (Fadlilah, 2013):

$$\text{AUF} = \frac{\text{Total Sales Revenues}}{\text{Total Aset}}$$

Dan

$$\text{PPC} = \frac{\text{Gross Margin}}{\text{Total Sales Revenue}}$$

Keterangan :

AUF = *asset utilization efficiency*

PPC = *price premium capability*

3.13. Metode dan Prosedur Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan pendokumentasian laporan keuangan bank Syariah di Indonesia dan Malaysia (Hermawan & Amirullah, 2016). Laporan keuangan digunakan untuk menilai kinerja keuangan perbankan Syariah, uji beda, dan untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan dengan *competitive advantage* sebagai variabel intervening. Laporan keuangan selama lima tahun dari 11 bank syariah Indonesia dan 11 bank syariah Malaysia akan dikumpulkan untuk selanjutnya diproses analisis data.

3.14. Teknik Analisis Data

3.14.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan memberikan gambaran tentang distribusi frekuensi variabel-variabel penelitian tanpa bermaksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi terhadap populasi. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah nilai maksimum, nilai minimum, mean, dan standar deviasi (Nurfauzia, 2018).

3.14.2. Partial Least Square (PLS)

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). Program PLS yang digunakan dalam penelitian ini adalah program SmartPLS versi 3.0. Dalam penelitian ini, keunggulan kompetitif sebagai variabel intervening. *Partial Least Square* (PLS) adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (*missing values*), dan multikolinearitas. *Partial Least Square* (PLS) dapat digunakan dengan jumlah sampel yang tidak besar dan dapat diterapkan pada semua skala data (Jogiyanto, 2011).

3.14.3. Outer Model

Outer model (model pengukuran) mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Outer model* dengan indikator formatif dievaluasi berdasarkan pada substantive content-nya yaitu

dengan membandingkan besarnya relative *weight* dan melihat signifikansi dari ukuran *weight* tersebut. Uji *outer model* dengan menggunakan indikator refleksif dievaluasi melalui *Convergent validity*, *composite reliability*, dan *discriminant validity* (Nurfauzia, 2018).

1. Convergent validity

Model pengukuran dengan model refleksif dinilai berdasarkan korelasi antara item *component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksif dikatakan tinggi apabila korelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur.

2. Discriminant validity

Model pengukuran dengan indikator refleksif dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lain.

3. Composite reliability

Model pengukuran suatu konstruk yang dapat dievaluasi dengan *internal consistency* dan *cronbach alpha*. Dalam penelitian ini menggunakan indikator reflektif dalam pembentukan variabel dependen dan independen. Uji yang dilakukan pada outer model yaitu Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE harus lebih besar dari 0,50 yang berarti konstruk valid.

3.14.4. Inner Model

Inner model (model struktural) menunjukkan hubungan antar variabel laten dan konstruk. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen. Nilai pada *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap laten variabel dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Nurfauzia, 2018).

3.15. Pengujian Hipotesis

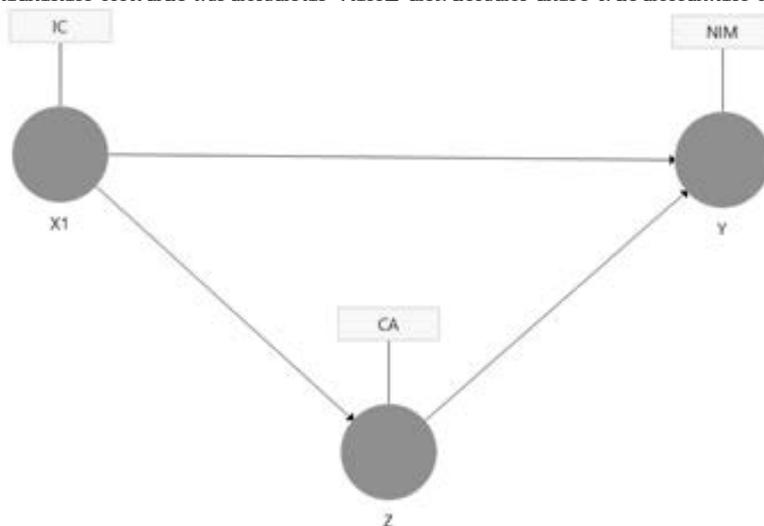
Ukuran signifikan keterdukungan hipotesis dapat digunakan sebagai perbandingan nilai *T-table* dan *T-statistic*. Jika *T-statistic* lebih tinggi

dibandingkan nilai *T-table*, maka hipotesis terdukung atau diterima. Nilai dari *T-table* yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu sebesar 1,96 dengan tingkat signifikan $<0,05$.

3.16. Pengaruh IC terhadap kinerja keuangan perbankan syariah Indonesia dan Malaysia dengan competitive advantage sebagai variabel intervening

PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis covariance menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. Dalam permodelan dengan tujuan prediksi memiliki konsekuensi bahwa pengujian dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, mengabaikan beberapa asumsi dan parameter ketepatan model prediksi dilihat dari nilai koefisien determinasi. Pengujian model struktural dalam PLS dilakukan dengan bantuan software SmartPLS ver 3.2 for windows.

Berikut adalah model struktural yang dibentuk dari perumusan masalah:



GAMBAR 3.2 Kerangka Konseptual

Keterangan:

X1 : *Intellectual Capital*

Z : CA

Y : NIM

3.17. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang data masing-masing variabel secara umum atas data yang diolah, antara lain: mean, minimum, maksimum, dan standar deviasi. Hasil dari statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Statistik Deskriptif (Indonesia)

	Rata-Rata	Median	Minimum	Maksimum	Standar Deviasi	Kelebihan Kurtosis	Skewness
IC	6.535	6.27	4.07	10.54	1.334	1.137	0.616
NIM	67.917	5.84	-71.7	319.66	57.971	22.97	4.389
CA	0.035	0.03	0	0.09	0.024	-0.684	0.45

Sumber Data: Data Diolah SmartPLS (2020)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 3.2, Variabel Intellectual Capital mempunyai nilai minimum sebesar 4.07%, dan nilai maksimum sebesar 10.54%. Sedangkan nilai Mean (Rata-rata) nya sebesar 6.535% dengan nilai standar Deviasinya (penyimpangan data) sebesar 1.334%. Nilai Mean lebih besar dari pada nilai penyimpangan datanya sehingga dapat di katakan bahwa data sudah berdistribusi normal.

Variabel Profitabilitas dengan indikator NIM mempunyai nilai minimum sebesar -71.7%, dan nilai maksimum sebesar 319.66%. Sedangkan nilai Mean (Rata-rata) nya sebesar 67.917% dengan nilai standar Deviasinya nya (penyimpangan Data) sebesar 57,971%. Nilai Mean lebih besar dari pada nilai penyimpangan datanya sehingga dapat di katakan bahwa data sudah berdistribusi normal.

Sedangkan untuk Variabel Competitive Advantage mempunyai nilai minimum sebesar -0%, dan nilai maksimum sebesar 0.09%. Sedangkan nilai Mean (Rata-rata) nya sebesar 0.035% dengan nilai standar Deviasinya nya (penyimpangan data) sebesar 0.024%. Nilai Mean lebih besar dari pada nilai penyimpangan datanya sehingga dapat di katakan bahwa data sudah berdistribusi normal.

Tabel 3.3. Statistik Deskriptif (Malaysia)

	Rata-Rata	Median	Minimum	Maksimum	Standar Deviasi	Kelebihan Kurtosis	Skewness
IC	16.268	6.68	-7.84	86.17	24.112	2.553	1.812
NIM	4.019	1	-44.95	57.26	21.262	2.3	0.741
CA	0.026	0.02	0	0.06	0.017	-1.184	0.3

Sumber Data: Data Diolah SmartPLS (2020)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 3.3, Variabel Intellectual Capital mempunyai nilai minimum sebesar -7.84%, dan nilai maksimum sebesar 86.17%. Sedangkan nilai Mean (Rata-rata) nya sebesar 16.268% dengan nilai standar Deviasinya nya (penyimpangan Data) sebesar 24.112%. Nilai Mean lebih besar dari pada nilai penyimpangan datanya sehingga dapat di katakan bahwa data sudah berdistribusi normal.

Variabel Profitabilitas dengan indikator NIM mempunyai nilai minimum sebesar -44.95%, dan nilai maksimum sebesar 57,26%. Sedangkan nilai Mean (Rata-rata) nya sebesar 4.019% dengan nilai standar Deviasinya nya (penyimpangan Data) sebesar 21.262%. Nilai Mean lebih besar dari pada nilai penyimpangan datanya sehingga dapat di katakan bahwa data sudah berdistribusi normal.

Sedangkan untuk Variabel Competitive Advantage mempunyai nilai minimum sebesar 0%, dan nilai maksimum sebesar 0.06%. Sedangkan nilai Mean (Rata-rata) nya sebesar 0.026% dengan nilai standar Deviasinya nya (penyimpangan Data) sebesar 0.017%. Nilai Mean lebih besar dari pada nilai penyimpangan datanya sehingga dapat di katakan bahwa data sudah berdistribusi normal.

3.18. Uji Kelayakan Model

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten (dependen). Tabel 3 merupakan hasil estimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS;

Tabel 3.4. R-square (Indonesia)

Model	R Square
X1	0.300
Z	0.100

Sumber Data: Data Diolah SmartPLS (2020)

Adapun analisis determinasi berganda, dari Tabel 3.4 diatas diketahui presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh nilai R square Y1 adalah 0.300 maka koefisien determinasi berganda $0.300 \times 100\% = 30\%$ dan sisanya $100\% - 30\% = 70\%$. Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu Kinerja Keuangan dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu IC sebesar 30%. Sedangkan sisanya sebesar 70% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Sedangkan untuk R square Z adalah 0,100 maka koefisien determinasi berganda $0,100 \times 100\% = 10\%$ dan sisanya $100\% - 10\% = 90\%$. Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu *Competitive Advantage* (CA) dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu IC sebesar 10%. Sedangkan sisanya sebesar 90% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 3.5. R-square (Malaysia)

Model	R Square
X1	0.567
Z	0.245

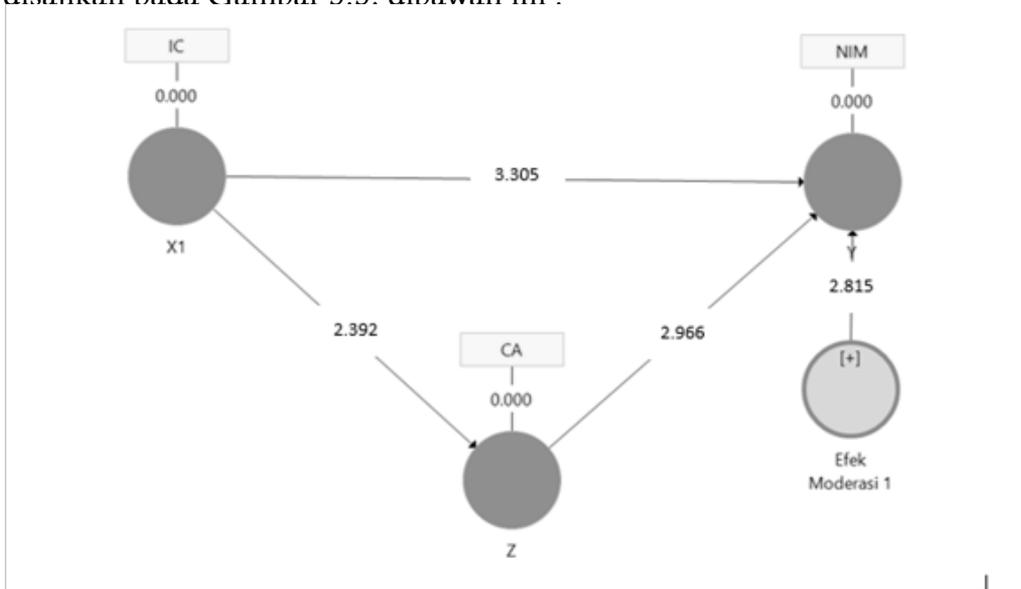
Sumber Data: Data Diolah SmartPLS (2020)

Adapun analisis determinasi berganda, dari Tabel 3.5 diatas, diketahui presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh nilai R square Y1 adalah 0,567 maka koefisien determinasi berganda $0,567 \times 100\% = 56,7\%$ dan sisanya $100\% - 56,7\% = 43,3\%$. Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu Kinerja Keuangan dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu IC sebesar 56,7%. Sedangkan sisanya sebesar 43.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Sedangkan untuk R square Z adalah 0,245 maka koefisien determinasi berganda $0,245 \times 100\% = 24,5\%$ dan sisanya $100\% - 24,5\% = 75,5\%$. Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu *Competitive Advantage* (CA) dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu IC sebesar 24,5%. Sedangkan sisanya sebesar 75,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

3.19. Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk seluruh hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan satu model persamaan. Adapun model pengujian hipotesis untuk semua hipotesis disaikiikan pada Gambar 3.3. dibawah ini :



GAMBAR 3.3 Model Dengan Variabel Intervening (Indonesia)

Pada Gambar 3.3 terlihat keseluruhan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SmartPLS, dibawah ini.

Tabel 3.6. Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values) (Indonesia)

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Efek Moderasi 1 -> Y	0.146	0.205	0.180	2.815	0.001
X1 -> Y	-0.135	0.151	0.103	3.305	0.001
X1 -> Z	-0.346	0.370	0.145	2.392	0.023
Z -> Y	-0.317	0.366	0.107	2.966	0.006

Sumber Data: Data Diolah SmartPLS (2020)

a. Hipotesis Pertama (X1 terhadap Y)

Hipotesis pertama menyatakan bahwa IC berpengaruh terhadap NIM. Berdasarkan tabel 5.5, menunjukkan hasil T Statistik sebesar (3,305 > 1,96) dan nilai koefisien regresi sebesar (0,001 < 0,05). Hasil pengujian

menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh terhadap variabel Rasio Keuangan dengan Indikator NIM pada perusahaan perbankan Syariah di Indonesia.

b. Hipotesis Kedua (X1 Terhadap Z)

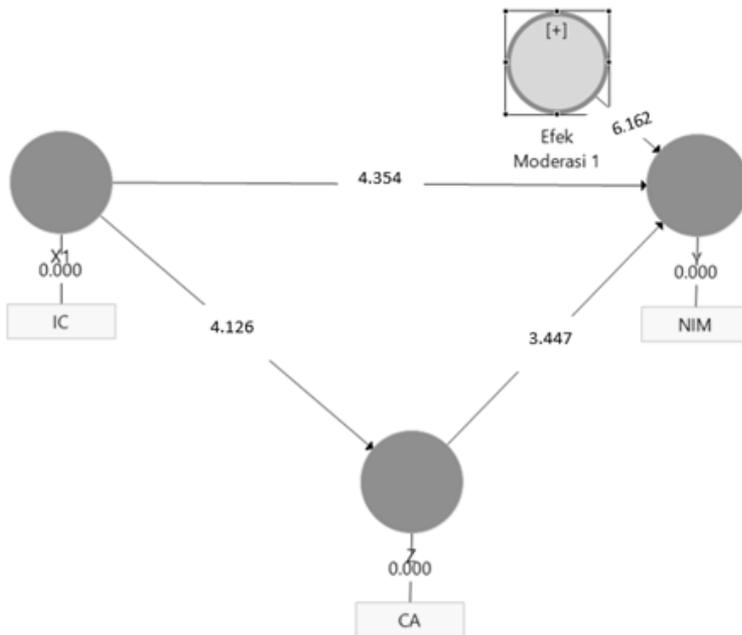
Hipotesis Kedua menyatakan bahwa IC berpengaruh terhadap CA. Berdasarkan Tabel 5.5, dinyatakan bahwa hasil T Statistik sebesar (2,392 > 1,96) dan nilai koefisien regresi sebesar (0,0003 < 0,05). Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,023 yang lebih kecil dari 0,05 yang artinya H_2 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh terhadap variabel *Competitive Advantage* pada perusahaan perbankan Syariah di Indonesia.

c. Hipotesis Ketiga (Z terhadap Y)

Hipotesis Ketiga menyatakan bahwa CA berpengaruh terhadap NIM. Berdasarkan Tabel 5.5, dinyatakan bahwa hasil T Statistik sebesar (2,966 > 1,96) dan nilai koefisien regresi sebesar (0,0000 < 0,05). Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05, yang artinya H_3 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Competitive Advantage* berpengaruh terhadap variabel Rasio Keuangan dengan Indikator NIM pada perusahaan perbankan Syariah di Indonesia.

d. Hipotesis Keempat (X1 terhadap Y dengan Z sebagai variabel Intervening)

Hipotesis Keempat menyatakan bahwa IC berpengaruh terhadap NIM dengan CA sebagai Variabel Intervening. Berdasarkan Tabel 5.5, dinyatakan bahwa hasil T Statistik sebesar (2.815 > 1,96) dan nilai koefisien regresi sebesar (0,001 < 0,05). Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, yang artinya H_4 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh terhadap NIM dengan *competitive advantage* sebagai Variabel Intervening pada perusahaan perbankan Syariah di Indonesia.



GAMBAR 3.4 Model Dengan Variabel Intervening (Malaysia)

Pada Gambar 3.4 terlihat keseluruhan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SmartPLS, dibawah ini.

Tabel 3.7 Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values) (Malaysia)

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Efek Moderasi 1 -> Y	0.089	0.882	0.551	6.162	0.003
X1 -> Y	-0.201	0.929	0.566	4.354	0.005
X1 -> Z_	0.394	0.420	0.095	4.126	0.000
Z_ -> Y	-0.119	0.741	0.266	3.447	0.008

Sumber Data: Data Diolah SmartPLS (2020)

e. Hipotesis Kelima (X1 terhadap Y)

Hipotesis kelima menyatakan bahwa IC berpengaruh terhadap NIM. Berdasarkan Tabel 5.6, dinyatakan bahwa hasil T Statistik sebesar (4.354

> 1,96) dan nilai koefisien regresi sebesar ($0,005 < 0,05$). Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05, yang artinya H_5 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh terhadap variabel Rasio Keuangan dengan Indikator NIM pada perusahaan perbankan Syariah di Malaysia.

f. Hipotesis Keenam (X1 Terhadap Z)

Hipotesis Kedua menyatakan bahwa IC berpengaruh terhadap CA. Berdasarkan Tabel 5.6, ditunjukkan bahwa hasil T Statistik sebesar ($4.126 > 1,96$) dan nilai koefisien regresi sebesar ($0,000 < 0,05$). Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 yang artinya H_6 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh terhadap variabel *Competitive Advantage* pada perusahaan perbankan Syariah di Malaysia.

g. Hipotesis Ketujuh (Z terhadap Y)

Hipotesis Ketiga menyatakan bahwa CA berpengaruh terhadap NIM. Berdasarkan Tabel 5.6, dinyatakan bahwa hasil T Statistik sebesar ($3.447 > 1,96$) dan nilai koefisien regresi sebesar ($0,008 < 0,05$). Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05, yang artinya H_7 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Competitive Advantage* berpengaruh terhadap variabel Rasio Keuangan dengan Indikator NIM pada perusahaan perbankan Syariah di Malaysia.

h. Hipotesis Delapan (X1 terhadap Y dengan Z sebagai variabel Intervening)

Hipotesis Keempat menyatakan bahwa IC berpengaruh terhadap NIM dengan CA sebagai Variabel Intervening. Berdasarkan Tabel 5.6, dinyatakan bahwa hasil T Statistik sebesar ($26.162 > 1,96$) dan nilai koefisien regresi sebesar ($0,003 < 0,05$). Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05, yang artinya H_8 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Intellectual Capital*

(IC) berpengaruh terhadap NIM dengan CA sebagai Variabel Intervening pada perusahaan perbankan Syariah di Malaysia

Dengan demikian berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dirangkum seperti yang ada di Tabel bawah ini :

Tabel 3.8 Rangkuman Hasil Hipotesis

Hipotesis	Pengujian T statistik	Koefisien Regresi	Hasil
H1	3,305 > 1,96	0,001 < 0,05	Diterima
H2	2,392 > 1,96	0,0003 < 0,05	Diterima
H3	2,966 > 1,96	0,0000 < 0,05	Diterima
H4	2.815 > 1,96	0,001 < 0,05	Diterima
H5	4.354 > 1,96	0,005 < 0,05	Diterima
H6	4.126 > 1,96	0,000 < 0,05	Diterima
H7	3.447 > 1,96	0,008 < 0,05	Diterima
H8	26.162 > 1,96	0,003 < 0,05	Diterima

Sumber Data : Diolah

3.20. Pembahasan

Hasil penelitian ini sesuai dengan Tabel 3.8 memberikan bukti bahwa semua hipotesis diterima mulai dari H1 – H8. Hal ini memudahkan dalam hal pembahasan karena dapat digabung antara perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia. Berikut penjelasannya.

1. *Intellectual Capital Berpengaruh Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia Dan Malaysia (H1 dan H5)*

Hasil penelitian menyatakan bahwa IC berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan perbankan Syariah di Indonesia dan di Malaysia. Hasil penelitian ini mendukung teori dasar yang digunakan yakni *The Resources Based Theory (RBT)* dan *Stakeholder Theory*. Menurut RBT bahwa dengan sumber daya yang unggul maka perusahaan akan mempunyai keunggulan kompetitif dibanding dengan perusahaan lain. *Resources* yang berharga dan langka dapat diarahkan untuk menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga *resources* yang dimiliki dapat bertahan lama dan tidak mudah ditiru, ditransfer atau digantikan. Dengan keunggulan kompetitif tersebut akan membantu perusahaan untuk memperoleh profitabilitas yang tinggi.

Sementara itu, hasil penelitian ini juga mendukung *stakeholder theory* yang menyatakan bahwa *stakeholder* memiliki kepentingan dalam memengaruhi

manajemen dalam proses pemanfaatan potensi yang dimiliki perusahaan. Pengelolaan atas potensi yang dimiliki organisasi secara baik dan optimal dapat menciptakan nilai tambah (*value added*) serta dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan termasuk profitabilitas (Ulum, 2016b). Hasil penelitian yang telah dilakukan ini dapat menggambarkan bahwa secara keseluruhan perusahaan perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia telah menggunakan aset berwujud dan utamanya aset tidak berwujud dengan efektif dan efisien. Hasil ini juga membuktikan bahwa IC yang merupakan aset yang tidak berwujud yang dimiliki perusahaan dapat menciptakan nilai yaitu meningkatkan atau memperbaiki profitabilitas perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Selvam, Murugesan., Vadivel thanikachalam., Dhamotharan dhanasekar., Amirdhavasani., 2020), Octavio and Soesetio (2019), (Kuspita, Tuffhati Dhiagriya., 2018)(Hermawan, S., 2016) (Sriwahyuni, Diana., 2019) Khairiyansh ah dan Vehtasvili (2018), menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

2. *Intellectual Capital* Berpengaruh Terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia dan Malaysia (H2 dan H6).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif di perbankan Syariah di Indonesia dan di Malaysia. Perubahan lingkungan bisnis dari tahun ke tahun semakin maju dan berkembang pesat apalagi dengan adanya revolusi industri 4.0 mengharuskan berbagai sektor usaha termasuk sektor perbankan Syariah untuk berbenah dan berubah. Sektor perbankan Syariah yang termasuk dalam kategori high IC Intensive karena banyak menggunakan IC untuk operasionalisasinya. Sektor perbankan termasuk perbankan Syariah banyak menggunakan teknologi informasi berbasis internet of things (IoT) untuk interkoneksi antar bank dan juga untuk layanan pada konsumennya. Semakin canggih dan semakin banyak menggunakan teknologi informasi berbasis IoT maka perusahaan perbankan Syariah tersebut akan dapat meraih keunggulan kompetitif dibanding dengan perusahaan perbankan Syariah lainnya. Hal lainnya yang dapat menjadi keunggulan kompetitif perbankan Syariah di Indonesia adalah terkait dengan human capital dan relational capital dalam hal mencari pangsa pasar baru muslim melalui berbagai organisasi masyarakat keagamaan seperti Muhammadiyah, Nahdatul Ulama (NU), Al Irsyad,

Hidayatullah, dan lainnya. Organisasi-organisasi tersebut memiliki banyak amal usaha yang dapat dijadikan mitra usaha oleh perusahaan perbankan Syariah. Hal ini tentunya perlu knowledge dan skill yang tinggi ditambah dengan relationship skill yang baik sehingga dapat berkolaborasi dengan berbagai organisasi kemasyarakatan agama tersebut.

Hasil penelitian ini dapat dikaitkan dengan *the resources based theory* (RBT) yang menyatakan bahwa perusahaan akan memperoleh kinerja dan keunggulan bersaing yang tinggi apabila mampu mengelola dan memaksimalkan asetnya terutama aset tak berwujud termasuk intellectual capital. Hasil penelitian ini mendukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kanaan, Raed Kareem; Obeidat, Ulya Nawaf; Obeidat, Bader Yousef; Al-Zu'bi, Mohammad Orsan; Abuhashesh, 2020) Nzewi et al (2019), Rochmadhona, Suganda dan Cahyadi (2018), (Indah, 2017) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif.

3. Keunggulan Kompetitif Berpengaruh Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia Dan Malaysia (H3 dan H7)

Keunggulan kompetitif ialah kemampuan perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yg efektif.

Hasil penelitian ini dapat dikaitkan atau mendukung *the resources based theory* (RBT). Maksudnya adalah bahwa perusahaan akan selalu berusaha menjadikan aset yang dimiliki menjadi sebagai aset yang memiliki keunggulan kompetitif di banding dengan yang lainnya. Keunggulan kompetitif itu dapat berupa produk yang berkualitas tinggi, produk yang berbeda dengan yang lain atau produk yang fokus pada segment tertentu. Apabila perusahaan telah memiliki keunggulan kompetitif maka penjualan akan meningkat dan profitabilitas juga meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Indah, 2017) (Kamukama, Nixon., 2011), (Anggraini, Fivi., 2015) Rochmadhona, Suganda dan Cahyadi (2018) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap profitabilitas.

5. *Intellectual Capital* Berpengaruh Terhadap Profitabilitas Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Intervening di Perusahaan Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia (H4 dan H8)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif signifikan secara tidak langsung terhadap profitabilitas melalui keunggulan kompetitif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif memediasi hubungan *intellectual capital* terhadap profitabilitas perusahaan perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia. Hasil penelitian ini juga memperkuat hasil sebelumnya yang menyatakan bahwa *Intellectual capital* berpengaruh secara langsung terhadap profitabilitas. Artinya bahwa baik secara langsung atau tidak langsung, *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan teori dasar dalam penelitian ini yaitu *the legitimacy theory* bahwa semakin baik dan semakin tinggi kinerja *intellectual capital* maka semakin berkualitas tingkat pengungkapan laporan keuangan perusahaan. Dengan demikian akan mempengaruhi kepercayaan *stakeholder* kepada manajemen. Semakin efisien manajemen perusahaan menggunakan aset berwujud dan aset tak berwujud maka semakin tinggi *value added* yang dihasilkan perusahaan untuk mensejahterakan *stakeholder*. Atas dasar keunggulan kompetitif dan nilai tambah perusahaan itu maka investor yang juga merupakan *stakeholder* akan memberikan penghargaan lebih kepada perusahaan dengan berinvestasi lebih tinggi pada *intellectual capital* menciptakan *value added* bagi perusahaan yang kemudian mendorong kinerja keuangan perusahaan untuk kepentingan *stakeholder* (Ulum, 2009).

Hasil penelitian yang telah dilakukan ini menggambarkan bahwa perusahaan perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia harus mengelola *intellectual capital* yang dimilikinya agar dapat meningkatkan profitabilitasnya. Pengelolaan melalui perpaduan komponen IC, yakni human capital, structural capital, dan relational capital terbukti dapat mempengaruhi kinerja perusahaan (Hermawan, S., Hariyanto, W., 2015). Pengelolaan dapat juga dilakukan dengan membuat produk perbankan Syariah yang lebih kompetitif dibanding dengan yang lainnya. Karena dengan melalui produk yang kompetitif pula, IC dapat berpengaruh terhadap profitabilitas.

Hasil penelitian ini ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini, Fivi., 2015) (Hameed, Ary Adil., 2018), Rochmadhona, Suganda dan Cahyadi (2018) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif memediasi hubungan *intellectual capital* terhadap profitabilitas perusahaan.

BAB 4

Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah

1. *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap profitabilitas di perbankan Syariah Indonesia dan Malaysia
2. *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan perbankan syariah di Indonesia dan Malaysia
3. Keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan perusahaan perbankan syariah di Indonesia Dan Malaysia
4. *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap profitabilitas dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel intervening di perusahaan perbankan syariah di Indonesia dan Malaysia

4.2. Saran

1. Untuk peneliti berikutnya dapat menambah variabel baik di variabel independent, dependent dan intervening
2. Untuk perbankan Syariah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan tentang pentingnya mengelola intellectual capital yang berpengaruh pada kinerja keuangan dan juga competitive advantage.

Daftar Pustaka

- Agustina, W. (2008). *Analisis Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Kantor Akuntan Publik di Surabaya*. Thesis Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya.
- Aji, Rizqon Halal Syah, and K. (2015). The Intellectual Capital Effect On Financial Performances at Islamic Insurance. *Al-Iqtishad*, VII(2).
- Anggraini, Fivi., D. (2015). *Competitive Advantage as Mediating Role of Intellectual Capital and University Performance: an Empirical Study in Indonesia*. *Global Conference on Business and Economics Research (GCBER)*. *Universiti Putra Malaysia*.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis*. Salemba Empat.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategis*. Salemba Empat.
- Fadlilah, N. (2013). Pengaruh Strategi Kompetitif Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Supply Chain Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2008-2011). *Artikel Ilmiah*, 31–48.
- Hameed, Ary Adil., & K. A. (2018). Analyzing the Relationship between Intellectual Capital and Organizational Performance: A Study of Selected Private Banks in Kurdistan. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4).
- Hariyanto, Wiwit., & S. H. (2016). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Perusahaan Farmasi di Jawa Timur*.
- Herdyanto, I., & Nasir, M. (2013). PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL PADA FINANCIAL PERFORMANCE PERUSAHAAN

- (Studi Empiris pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011). *Diponegoro Journal of Accounting*, 0, 405-414. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/3416>
- Hermawan, S., Nurasik, Eva, Duwi Rahayu, Imelda Dian Rahmawati. 2020. Intellectual Capital Disclosure and Company Financial Performance : Market Capitalization. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. www.ijicc.net Volume 13, Issue 7.
- Hermawan, S., Hariyanto, W., & Biduri, S. (2020). Intellectual Capital, Business Performance, and Competitive Advantage: An Empirical Study For The Pharmaceutical Companies.
- Hermawan, Sigit. 2020. Monograf; Pengukuran Kinerja Keuangan dan Peran Intellectual Capital. Penerbit Indomedia Pustaka.
- Hermawan, Sigit., Sriyono., Wiwit Hariyanto., dan N. F. (2019). Makna Pemingkatan dan Peningkatan Kinerja Perguruan Tinggi Perspektif Intellectual Capital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2), 142–154.
- Hermawan, S., & Milanetty, L. D. (2017). The Comparison Of Intellectual Capital Disclosure: Evidence From Pharmaceutical Company In Southeast Asian Countries, (125), 45–49. Retrieved from <https://doi.org/10.2991/icigr-17.2018.11>
- Hermawan, S., Hariyanto, W., & S. (2015). Integrasi Intellectual Capital Dan Knowledge Management Serta Dampaknya Pada Kinerja Bisnis Perusahaan Farmasi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, 6(3), 341–511. <https://doi.org/http://dx.doi.org/>
- Hermawan, S., dan M. (2016). Intellectual Capital dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur High IC Intensive. *Jurnal Benefit*, 1(1), 70–78.
- Hermawan, S. (2012). Makna Intellectual Capital Perspektif The Role Theory dan The Resource Based Theory. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Media Nusa Creative.
- Hermawan Sigit, dan M. B. W. (2013). Analisis Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kemampulabaan Perusahaan Manufaktur Customer Goods di Bursa Efek Indonesia. *Proceeding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*.

- Hermawan, Sigit., Wiwit Hariyanto., and Sarwenda Biduri. 2020. Intellectual Capital, Business Performance, and Competitive Advantage: An Empirical Study for the Pharmaceutical Companies. *Quality Access to Success*. Vol. 21, No. 175.
- Hermawan, S. (2019). Intellectual Capital, Financial Performance and Market Performance : Evidence From High IC Intensive Company in Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(2). doi:<https://doi.org/10.15294/jda.v11i2.19385>
- Hermawan, Sigit and Umyy Imaniar Mardiyanti. 2016. Intellectual Capital And Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur High Ic Intensive. Benefit: *Jurnal Manajemen and Bisnis* 1 (1):70-78.
- Hermawan, Sigit. 2013. Praktik Kotor Bisnis Industri Farmasi dalam Bingkai Intellectual Capital dan Teleology Theory. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. 4 (1), 40-55
- Hermawan, Sigit. 2012. Pengembangan dan Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Melalui Comprehensive Intellectual Capital Management. *Jurnal Ilmiah Zona Keuangan*. 4 (3), 1-14.
- Hermawan, Sigit. 2011. The Integration of Intellectual Capital and Knowledge Management to Improve the Business Performance and Achieve the Competitive Advantage. Prosiding. Unhas Makassar.
- Hermawan, Sigit. 2010. Pengukuran Non Keuangan Mengungguli Pengukuran Keuangan Pada Intellectual Capital. *JAMBSP*, 7 (1), 118-141/
- Hestanto. (2018). Keunggulan Kompetitif Untuk Bisnis yang Sukses. Retrieved from <https://www.hestanto.web.id/keunggulan-kompetitif-untuk-bisnis-yang-sukses/amp/>
- Indah, D. Y. (2017). *Pengaruh Modal Intellectual Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Implikasinya Pada Kinerja Organisasi (Survey Pada Perusahaan UKM Bidang Produk Kreatif di Provinsi Jawa Barat)*.
- Jogiyanto. (2011). *Konsep Dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis*. Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN Yogyakarta.
- Kamukama, Nixon., D. (2011). Competitive advantage: mediator of intellectual capital and performance. *Journal of Intellectual Capital*, 12(1).
- Kanaan, Raed Kareem; Obeidat, Ulya Nawaf; Obeidat, Bader Yousef; Al-Zu'bi, Mohammad Orsan; Abuhashesh, M. (2020). The Effect of Intellectual Capital on Competitive Advantage in the Jordanian Telecommunication

- Sector. *Journal of Business & Management (COES&RJ-JBM)*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.25255/jbm.2020.8.1.1.19>.
- Khairiyansyah., & Vehtasvili. (2018). Relationship between Intellectual Capital with Profitability and Productivity in Indonesian Banking Industry. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 22(1): 127–136.
- Kuspinta, T. D. H. (2018). pengaruh intellectual capital terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 56 No. 1 Maret 2018*, 56(1), 164–170.
- Kuspita, Tuffhati Dhiagriya., & A. H. (2018). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 56(561), 164–170.
- Kuswanto, H. (2016). *My Inspiration: Return On Equity Atau Penjelasan Rasio Profitabilitas*.
- Li, Yang., and Zhao Zhao. 2017. The Dynamic Impact of Intellectual Capital on Firm Value: Evidence from China. *Journal Applied Economics Letters*. Vol 25 Issues 1.
- Munawir, S. (2007). *Analisa Laporan Keuangan* (Edisi 4). Liberty.
- Nguyen, Anh Huu., and Duong Thuy Doan. 2020. The Impact of Intellectual Capital on Firm Value: Empirical Evidence From Vietnam. *International Journal of Financial Research*. Vol 11 No 4. URL: <https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n4p74>.
- Nurfauzia, A. (2018). *Pengaruh Intellectual Capital Pada Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2016)*. Universitas Islam Indonesia.
- Nzewi, Hope Ngozi., Eze Ikechukwu Robert., Adani Nnenne Ifechi., Chigozie Patrick Monene., Ohodah Martin. 2019. Intellectual Capital and Competitive Advantage of Selected Commercial Banks in Anambra State. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR) Volume 6, Issue 5, May 2019, PP 27-36 ISSN 2349-0330 (Print) & ISSN 2349-0349 (Online)*. <http://dx.doi.org/10.20431/2349-0349.0705004> www.arcjournals.org
- Octavio, D. Q., & Soesetio, Y. (2019). Intellectual capital and bank profitability: Evidence from conventional and Islamic bank in Indonesia. *Jurnal*

- Kuangan dan Perbankan, 23(2), 191-205. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v23i2.3028>
- Pratama, Y. H. (2015). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Competitive Advantage Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI 2009-2013)*. Skripsi. Semarang: FEB Universitas Diponegoro.
- Pulic, Ante. 1998. Measuring the Performance of Intellectual Potential in Knowledge Economy (presented in 1998 at the 2nd McMaster World Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital by the Austrian Team for Intellectual Potential)
- Rani, Lina Nugraha, Puji Sucia Sukmaningrum, Marhanum Che Mohd Salleh. 2020. A Comparative Analysis of the Productivity of Islamic Banking in Indonesia, Malaysia and Brunei Darussalam during the period 2012– 2017. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. www.ijicc.net Volume 11, Issue 11
- Riadi, M. (2017). *Return on assets (ROA) - KajianPustaka.com*.
- Rochmadhona, Bella N., dkk. (2018). The Competitive Advantage between Intellectual Capital and Financial Performance of Banking Sector in ASEAN. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 22, No. 2.
- Sawarjuono, T., & Kadir, A. P. (2003). *Intellectual Capital : Perlakuan , Pengukuran Dan Pelaporan*. Vol. 5(No. 1).
- Selvam, Murugesan., Vadivel thanikachalam., Dhamotharan dhanasekar., Amirdhavasani., H. S. (2020). Intellectual Capital And Profitability Ratios Of Foreign Banks Operating In India: A Structural Equation Model Approach. *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems*, 12(6).
- Setianto, R. H. dan R. S. (2016). Intellectual Capital and Islamic Banks Performance ; Evidence From Indonesia and Malaysia. *IQTISHADIA*, 9(2), 376–397.
- Sriwahyuni, Diana., D. (2019). Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Farmasi di Indonesia. *Jurnal Eba*, 5(1).
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Erlangga.
- Ulum, I. (2009). *Intellectual Capital : Konsep dan Kajian Empiris*. Graha Ilmu.

- Ulum, I. (2013). Model Pengukuran Kinerja Intellectual Capital Dengan Ib-Vaic Di Perbankan Syariah. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 7(No. 1), 185–206.
- Ulum, I. (2016a). *Intellectual Capital Model Pengukuran, Framework Pengungkapan, dan Kinerja Organisasi* (13th ed.). UMM Press.
- Ulum, I. (2016b). *Intellectual Capital Model Pengukuran, Framework Pengungkapan, dan Kinerja Organisasi* (Edisi 13). UMM Press.
- Utami, Eristy Minda. 2018. The Intellectual Capital Components on Firm Value: Evidence from LQ-45 Index Companies. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22(2):291–300.
- Widiatmoko, R. G. (2015). *PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wikipedia. (n.d.). *Profitabilitas*.
- Wild, J., Subramanyam, K. R., & Halsey, R. F. (2005). *Analisis Laporan Keuangan* (Yanivi & Nurwahyu (eds.); Edisi 8). Salemba Empat.
- Woodcock, J., & Whiting, R. H. (2009). Intellectual capital disclosures by Australian companies. *AFAANZ Conference*, 1–31.

LAMPIRAN 1.

Kinerja IC, Kinerja Profitabilitas, dan Kinerja CA Perbankan Syariah Indonesia
Tahun 2016-2018

Nama Perusahaan	Periode	Kinerja IC	Kinerja Profitabilitas	Kinerja CA
BCAS	2016	7,1044	6,3741	0,0742
	2017	7,1815	5,2509	0,0688
	2018	7,3100	6,1820	0,0637
BJB SYARIAH	2016	7,5492	0,0523	0,0133
	2017	6,6652	1,2996	0,0118
	2018	5,2087	-0,4967	0,0138
BUKOPIN SYARIAH	2016	7,8423	16,2130	0,0416
	2017	6,7880	28,8640	0,0404
	2018	7,3498	30,3172	0,0447
BNIS	2016	5,8968	71,5730	0,0147
	2017	5,8968	319,6562	0,0136
	2018	5,7385	63,6910	0,0151
BRIS	2016	5,7267	6,37	0,0250
	2017	6,1618	5,84	0,0212
	2018	6,8083	5,36	0,0191
BSM	2016	6,0164	6,75	0,0186
	2017	8,7584	7,35	0,0198
	2018	8,2391	6,56	0,0197
BVIS	2016	7,3297	19,28952	0,0046
	2017	7,7845	-12,9822	0,0041
	2018	8,0965	43,8806	0,0004
MAYBANK SYARIAH	2016	4,0651	1,4694	0,0572
	2017	5,1531	-71,6976	0,0699
	2018	4,1348	-2,6593	0,0862
BANK MEGA SYARIAH	2016	5,7022	7,56	0,0679
	2017	5,0955	6,03	0,0522
	2018	4,9186	5,52	0,0484
BANK MUAMALAT	2016	6,1966	3,21	0,0310
	2017	6,0794	2,48	0,0289
	2018	5,3297	2,22	0,0253
BANK PANIN SYARIAH	2016	10,544	0,3613	0,0423
	2017	5,8929	0,0617	0,0556
	2018	6,7012	-0,6794	0,0448

Sumber Data : Diolah

LAMPIRAN 2.

Kinerja IC, Kinerja Profitabilitas, dan Kinerja CA Perbankan Syariah Malaysia
Tahun 2016-2018

Nama Perusahaan	Periode	Kinerja IC	Kinerja Profitabilitas	Kinerja CA
AFFIN ISLAMIC BANK BERHAD	2016	56,5757	44,9505	0,0287
	2017	19,7760	0	0,0268
	2018	22,0500	41,8545	0,0296
AL RAJHI BANKING	2016	-3,3982	-0,0062	0,0217
	2017	-2,9606	-0,0011	0,0222
	2018	-3,0487	0	0,0307
AMMB Holdings BERHAD	2016	7,5447	2,02	0,0122
	2017	7,2029	1,98	0,0116
	2018	6,6839	2	0,0120
BANK ISLAM MALAYSIA BERHAD	2016	8,1936	52,82	0,0199
	2017	8,4243	57,26	0,0209
	2018	9,1035	52,97	0,0216
HONG LEONG ISLAMIC BANK BERHAD	2016	83,5070	-22,25	0,0429
	2017	68,2293	27,9642	0,0415
	2018	86,1661	2,16	0,0431
HSBC AMANAH MALAYSIA BERHAD	2016	29,2773	-0,1525	0,0143
	2017	2,7503	-0,6773	0,0134
	2018	5,1999	2,7331	0,0122
Kuwait Finance House (Malaysia) Berhad	2016	2,3619	-0,0333	0,0453
	2017	3,0638	-37,3356	0,0551
	2018	2,9565	0,0629	0,0485
OCBC AL AMIN BANK BERHAD	2016	21,4392	2,2475	0,0413
	2017	4,0099	0,4294	0,0527
	2018	15,7471	0,59	0,0467
PUBLIC BANK BERHAD	2016	1,5247	2	0,0134
	2017	1,8048	2,1	0,0161
	2018	1,9543	2,1	0,0137
RHB INSURANCE BERHAD	2016	1,8796	1,79	0,0026
	2017	1,9857	0,95	0,0015
	2018	1,7534	1	0,0018
Standart Chartered Saadiq Berhad	2016	-7,8535	10,65	0,0080
	2017	35,8769	-34,58	0,0494
	2018	37,0767	-38,58	0,0480

Sumber Data : Diolah