

PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP KINERJA INDUSTRI KREATIF SUB SEKTOR PENERBITAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Muhammad Fathi Djuaneddy

20120430180

(Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah modal manusia, modal struktural, dan modal pelanggan. Metode analisis digunakan regresi linear berganda, dan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji T, uji F, serta koefisien determinasi (yang didukung oleh data primer. Responden dalam penelitian berjumlah 46 responden yang diambil dari data survei peneliti. Berdasarkan analisis yang telah ditelaah dilakukan diperoleh hasil bahwa: (1) Modal manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis; (2) Modal struktur tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis; (3) Modal pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Penerbitan, Modal Manusia, Modal Struktur, Modal Pelanggan, Kinerja Bisnis.

PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan suatu era yang kini mau tidak mau menjadi tantangan tersendiri bagi Indonesia. Masyarakat dalam era globalisasi ini tidak dapat menghindari arus deras perubahan sebagai akibat canggihnya teknologi informasi, telekomunikasi, dan tatanan ekonomi dunia yang mengarah pada pasar bebas, serta tingkat efisiensi dan kompetitif yang tinggi di berbagai bidang kehidupan.

Saat ini sudah memasuki era pasar bebas, dimana tiap-tiap pelaku harus saling bersaing agar tetap bertahan. Dalam hal ini dibutuhkan inovasi dan kretaitas. Agar tidak terbawa arus globalisasi yang memberikan dampak negatif terhadap perekonomian Indonesia, maka diperlukan suatu cara agar perekonomian Indonesia dapat tumbuh dan

senantiasa mensejahterakan masyarakat. Untuk menjawab itu, ekonomi kreatif bisa jadi solusi untuk merespons rivalitas yang kompetitif dan ketat.

Ekonomi kreatif merupakan aktivitas perekonomian yang lebih mengandalkan ide atau gagasan (kreatif) untuk mengelola material yang bersumber dari lingkungan di sekitarnya menjadi bernilai tambah ekonomi (John Howkins, 2001). Konsep ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi kreatif adalah wujud dan usaha mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana makna pembangunan berkelanjutan itu adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan (Kementerian Perdagangan, 2008). Catatan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, tetapi juga tak terbatas yaitu ide, bakat, dan kreativitas.

Secara makro, ekonomi kreatif merupakan pilihan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, maupun pengurangan penduduk miskin di Indonesia. Berbagai sub sektor dalam industri kreatif berpotensi terlihat potensial untuk dikembangkan, karena terdapat banyak sumber daya insani kreatif dan kekayaan aneka budaya yang ada di Indonesia.

Ekonomi kreatif selanjutnya akan diejawantahkan oleh industri kreatif. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kementerian Perdagangan, 2008).

Selanjutnya, menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia ada empat belas subsektor yang merupakan industri berbasis kreativitas, antara lain: (1) periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan (5) desain, (6) fesyen, (7) video, film, dan fotografi (8) permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) televisi dan radio, (14) riset dan pengembangan (Kementerian Perdagangan, 2008)

Salah satu lini industri kreatif yang perlu mendapat perhatian lebih oleh pemerintah, ialah industri penerbitan. Memang, pasar dari industri penerbitan tidak sebesar sub sektor lainnya, akan tetapi industri ini punya potensi yang besar. Ada banyak penerbitan besar dan kecil, para pemain lama, dan juga banyak baru bermunculan untuk meramaikan industri penerbitan. Terlebih dengan adanya perkembangan teknologi yang bias membuat buku bisa diterbitkan dalam bentuk digital.

Penerbitan turut berperan aktif dalam membangun kekuatan intelektualitas bangsa. Munculnya sastrawan, penulis, peneliti, dan para cendekiawan, tak lepas dari peran industri ini. Walaupun saat ini profesi penulis masih dianggap kurang menjanjikan, banyak para penulis muda yang sangat antusias, silih berganti menerbitkan karya-karyanya (BEKRAF, 2015)

Berikut ini adalah data jumlah penerbitan buku yang merupakan anggota Ikatan Penerbitan Indonesia yang disurvei pada tahun 2015:

Tabel 1.1**Jumlah Anggota Penerbit IKAPI Tahun 2015**

No.	Wilayah	Tahun			
		2012	2013	2014	2015
1	DKI Jakarta	450	473	497	504
2	Jawa Barat	227	249	273	278
3	Jawa Tengah	131	136	145	145
4	Yogyakarta	80	85	89	91
5	Jawa Timur	144	148	156	159
6	Sumatera Selatan	1	1	1	1
7	Kalimantan Barat	11	13	13	13
8	Sulawesi Selatan	1	1	1	1
9	Sulawesi Tengah	10	10	11	12
10	Bali	3	3	3	3
11	Banten	1	1	1	1
12	Sumatera Barat	11	11	12	13
13	Nanggroe Aceh Darussalam	3	3	3	3
14	Sumatera Utara	1	1	1	1
15	Riau	16	16	16	16
16	Jambi	4	4	4	4
17	Kalimantan Selatan	2	2	2	2
18	Kalimantan Timur	6	9	13	14
19	Kalimantan Tengah	1	1	1	1
20	Sulawesi Utara	22	22	22	22

21	NTT	10	10	10	10
22	NTB	11	14	18	18
23	Papua	8	8	8	8
24	Lampung	2	5	5	5
25	Batam	2	2	2	2
26	Gorontalo	0	0	2	2
Total		1.158	1.228	1.309	1.328

Sumber: Ikatan Penerbit Indonesia

Dari data tabel diatas, tampak persebaran penerbit di Indonesia tidak merata dan terkonsentrasi di lima wilayah utama, yaitu Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, dan Jawa Timur. Dari hasil survei, IKAPI mendata penerbit berdasarkan entitasnya, yaitu penerbit kecil, penerbit menengah, penerbit besar, dan penerbit dalam bentuk yayasan dan lembaga pemerintah yang termasuk anggota IKAPI. Selain itu, terdata juga penerbit non-anggota IKAPI yang gencar memasarkan bukunya di toko buku. Entitas penerbit utamanya dilihat dari badan usaha dan badan hukum yang mewadahnya.

Salah satu kota yang punya potensi besar untuk mengembangkan industri penerbitan adalah Kota Yogyakarta. Alasannya karena di kota ini terdapat banyak sekolah dan perguruan tinggi, yang membuat pelajar dan mahasiswa memadati kota ini. Itulah mengapa Kota Yogyakarta disebut kota pendidikan. Untuk menunjang kebutuhan mereka terhadap bahan bacaan, maka harus ditopang oleh kehadiran penerbitan untuk menyediakan bahan literasi. Dalam data jumlah penerbitan yang bernaung dalam Ikatan Penerbitan Indonesia yang dirilis pada tahun 2015, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berada di urutan nomor empat, dengan total ada 91 penerbitan. Selanjutnya, inilah data penerbitan buku anggota IKAPI wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk tahun 2017, berdasarkan entitasnya.

Tabel. 1.2

Data Jumlah Penerbit di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017

No	Entitas Penerbit	Jumlah
1	Kecil	51
2	Menengah – Besar	20
3	Yayasan	14
Total		85

Sumber: Ikatan Penerbit Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta 2017.

Dari data di atas terlihat, total penerbitan buku yang terdaftar sebagai anggota IKAPI pada tahun 2017, berjumlah 85 penerbitan, berkurang enam dari tahun 2017. Industri penerbitan untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, punya potensi besar untuk berkembang pesat.

Sementara itu, menurut Sigit Hermawan (2012), kemampuan manajerial pelaku usaha industri kreatif juga harus ditingkatkan. Hal ini penting guna mengembangkan dan meningkatkan kinerja industri kreatif. Misalnya kemampuan marketing dan membuka pasar adalah kemampuan yang belum banyak dimiliki oleh pelaku usaha yang bergerak di industri kreatif. Kebanyakan pelaku usaha ini lebih mengedepankan nilai artistik atau produk

yang bernilai seni tinggi tetapi sulit untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan di pasar. Dengan demikian modal relasi sangat diperlukan oleh pelaku usaha ini. Modal relasi ini bagi pengusaha adalah modal untuk berhubungan pihak eksternal seperti berkaitan dengan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, menggaet pelanggan baru dan lainnya.

Kemampuan lain juga harus ditingkatkan untuk semua hal terkait dengan *knowledge*, *skill*, dan *attitude* yang harus dimiliki oleh pelaku industri kreatif. Hal ini penting guna mengembangkan industri kreatif secara keseluruhan. Apabila sudah demikian maka modal manusia pelaku usaha inilah yang harus dikembangkan dan ditingkatkan. Dengan modal manusia yang bagus diharapkan akan mengembangkan modal berikutnya, yakni *structural* atau *organizational capital*. Modal struktural akan terkait dengan bagaimana menjalankan bisnis dan menjalankan operasional usaha di industri kreatif. Dengan demikian tiga modal inilah yang harus ditingkatkan dan dikembangkan, yakni modal relasi (MR), modal manusia (MM), dan modal struktural (MS). Ketiga kombinasi modal ini dinamakan *intellectual capital (IC)*. IC sendiri telah diakui sebagai aset strategis perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengangkat judul “Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Industri Kreatif Sub Sektor Penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

LANDASAN TEORI

A. Industri Kreatif

Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia mendefinisikan industri kreatif sebagai berikut: “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

B. Penerbitan

Ikatan Penerbitan Indonesia (IKAPI) mendata entitas penerbit di Indonesia, khususnya dilihat dari badan usaha dan badan hukum yang menaunginya. Berikut entitas penerbit, menurut IKAPI yaitu penerbit kecil, penerbit menengah dan penerbit besar, dan penerbit yayasan, lembaga pendidikan, dan lembaga pemerintah.

C. The Resource Based Theory

The Resource Based Theory (RBT) sering digunakan sebagai rujukan teori untuk *intellectual capital* sebagai aset strategis perusahaan. Alasannya adalah karena RBT menempatkan sumber daya perusahaan sebagai kekuatan untuk mengembangkan nilai perusahaan guna meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan. Menurut RBT, bahwa setiap perusahaan atau organisasi memiliki cara-cara mendasar yang berbeda karena setiap perusahaan atau organisasi memiliki sumber daya unik yang berbeda. Sumber daya (*resources*) sendiri diklasifikasikan ke dalam tiga kelompok yakni *tangible assets*, *intangible assets*, dan *organizational capabilities*. (Collis and Montgomery, 2005).

D. Intellectual Capital

Intellectual capital sendiri didefinisikan secara berbeda dan beragam oleh banyak ahli. Berikut rangkuman definisi *intellectual capital* dari beberapa ahli:

Tabel 2.1

Definisi *Intellectual Capital* Menurut Para Ahli

Ahli/Penulis	Definisi IC
CIMA (2005)	Perbedaan antara nilai pasar bisnis dengan aktiva berwujud (<i>tangible assets</i>).
Choo dan Bontis, (2002)	<i>Intellectual capital</i> berisi modal yang berbeda yang berakar pada karyawan, rutinitas organisasi, hak kekayaan intelektual, dan

	hubungan dengan pelanggan, suplier, distributor, dan rekan kerja.
Marr dan Schiuma (2001)	Kelompok aktiva pengetahuan yang dihubungkan dengan organisasi dan secara signifikan berperan terhadap posisi kompetitif organisasi dengan menambahkan faktor-faktor kunci yang dimiliki stakeholders.
Caddy (2000)	Perbedaan antara intangible assets dengan <i>intangible liabilities</i>
Harrison dan Sullivan (2000)	Pengetahuan yang dapat dikonversi ke dalam profit.
Sveiby (1997)	Berkaitan dengan pengalaman pengetahuan, kekuatan otak karyawan seperti halnya sumber daya pengetahuan, yang disimpan di dalam proses sistem database, budaya, dan filosofi.
Brooking (1997)	<i>Intellectual capital</i> secara operasional sebagai bahan intelektual yang diformalkan, ditemukan, dan dikelola untuk menghasilkan aset yang bernilai tinggi.
Stewart (1997)	Material intelektual-pengetahuan, informasi, hak intelektual, pengalaman yang dapat dipakai untuk menciptakan kekayaan.
Roos et al, (1997)	Jumlah pengetahuan yang dimiliki oleh anggota perusahaan dan terjemahan praktisnya seperti merk dagang, paten, dan <i>brands</i> .
Bontis (1996)	Intellectual capital sukar dipahami, tetapi sekali ditemukan dan dieksplotasi, hal itu akan menyediakan pada organisasi sebuah sumber daya baru untuk berkompetisi dan menang.

Banyak para praktisi yang menyatakan bahwa *intellectual capital* terdiri dari tiga unsur utama (Stewart 1998, Sveiby 1997, Bontis 2000), yaitu modal manusia, modal struktural, dan modal pelanggan.

- a. Modal manusia merupakan *lifeblood* dalam modal intelektual. Disinilah sumber innovation dan improvement, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. Modal manusia juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. Modal manusia mencerminkan kemampuankolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut.
- b. Modal struktural 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 manufakturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan.
- c. Modal pelanggan merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. Modal pelanggan merupakan hubungan yang serasi yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas dengan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar.

E. Kinerja Bisnis

Ukuran kinerja sebuah industri atau perusahaan dapat dibagi menjadi dua yakni ukuran finansial dan non finansial (Fisher, 1998). Ukuran finansial sebenarnya menunjukkan berbagai tindakan yang terjadi di luar bidang keuangan. Peningkatan finansial return merupakan akibat berbagai kinerja operasional yakni diantaranya adalah meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang

dihasilkan oleh perusahaan, meningkatnya *cost effectiveness* proses bisnis internal yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan produk dan meningkatnya produktivitas serta komitmen pegawai (Mulyadi dan Setyawan, 2001).

HIPOTESIS PENELITIAN

Pengaruh modal manusia, modal struktural dan modal relasi terhadap kinerja bisnis industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah penerbit buku yang menjadi anggota Ikatan Penerbit Indonesia wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yang berjumlah delapan puluh lima penerbit.

C. Data dan Sumber Data

Jenis dan sumber data, yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data primer dilakukan dengan kuesioner.

D. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diambil dalam penelitian ini adalah dengan menyebar kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi seseorang, sikap, dan pendapat, tentang suatu objek atau sebuah fenomena.

E. Definisi Operasional

1. Modal manusia merupakan *lifeblood* dalam modal intelektual. Disinilah sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur.
2. Modal struktural 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 manufakturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan.
3. Modal pelanggan merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. Modal pelanggan merupakan hubungan yang harmonis yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar.
4. Kinerja bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi kinerja bisnis yang bersifat finansial maupun non finansial. Kinerja bisnis yang bersifat finansial didasarkan pada keuntungan, pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, *return on assets*, *return on equity*, dan *return on sales*, sedangkan kinerja bisnis yang bersifat non finansial didasarkan pada sejauh mana kepemimpinan perusahaan di dalam industri, visi masa depan, respons keseluruhan terhadap persaingan, tingkat keberhasilan di dalam peluncuran produk baru, dan kinerja bisnis secara keseluruhan.

F. Metode Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Pengujian kualitas data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu uji validitas dan uji realibilitas.

- a. Uji Validitas
- b. Uji Realibilitas

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari analisis regresi berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinan.

a. Analisis Regresi Berganda

Adapun hasil dari regresi berganda dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut: Kinerja bisnis = - 10,241 + 0,157Modal Manusia - 0,106Modal Pelanggan + 0,642 Modal Struktural .

b. Uji F

Dari pengujian yang telah dilakukan, maka diperoleh modal manusia, modal pelanggan, modal struktural memiliki sig. 0,000 atau probabilitasnya lebih kecil dari taraf signifikan yang ditetapkan yaitu < 0,05 dan diperoleh F hitung sebesar 73,150. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa secara simultan, modal manusia, modal struktural, dan modal pelanggan berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja bisnis.

c. Uji T

- 1). Modal manusia memiliki nilai sig. 0,030 atau probabilitas lebih kecil dari taraf signifikan yang ditetapkan yaitu 0,05 dan diperoleh T hitung sebesar 2,365 dengan nilai koefisien regresi 0,157. Berdasarkan hal

tersebut maka dapat dijelaskan bahwa secara parsial, modal manusia berpengaruh kepada kinerja bisnis. Sehingga hipotesis H1 bisa diterima dalam penelitian kali ini.

2). Modal struktural memiliki nilai sig. 0,365 atau probabilitas lebih besar dari taraf signifikan yang ditetapkan yaitu 0,05 dan diperoleh T hitung sebesar $-0,931$ dengan nilai koefisien regresi $-0,106$. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa secara parsial, modal pelanggan tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Sehingga hipotesis H2 dalam penelitian ini tidak diterima.

3). Modal struktural memiliki nilai sig. 0,001 atau probabilitas lebih kecil dari taraf signifikan yang ditetapkan yaitu 0,05 dan diperoleh T hitung sebesar $4,165$ dengan nilai koefisien regresi $0,642$. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa secara parsial, modal manusia berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Sehingga hipotesis H3 dalam penelitian ini diterima.

d. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengetahui berapa besar pengaruh tiga variabel independent pada variabel dependent. Pengaruh sebesar nilai adjusted R square yakni $0,915$ dikali 100 , hasilnya $91,5$, kemudian dijadikan dalam bentuk persen. Jadi pengaruhnya sebesar $91,5\%$.

KESIMPULAN

1. Modal manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Modal pelanggan tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Modal struktural capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta

SARAN

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperoleh data dengan melakukan wawancara untuk menambah informasi yang lebih kuat.
2. Diantara tiga komponen *intellectual capital*, hanya modal pelanggan yang tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Hal ini menjadi evaluasi untuk perusahaan penerbitan untuk meningkatkan indikator-indikator modal pelanggan, karena hal ini menyangkut relasi perusahaan dengan konsumennya.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperoleh data dengan melakukan wawancara untuk menambah informasi yang lebih kuat.
4. Diantara tiga komponen *intellectual capital*, hanya modal pelanggan yang tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Hal ini menjadi evaluasi untuk perusahaan penerbitan untuk meningkatkan indikator-indikator modal pelanggan, karena hal ini menyangkut relasi perusahaan dengan konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

Adeline, Friscia A, 2012, "*Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Pengendalian Anggaran dan Kinerja Organisasi*", Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

- Astuti, P.D. dan A. Sabeni. 2005. "*Hubungan Intellectual Capital dan Business Performance*". Proceeding SNA VII.Solo, hal.694-707.
- Badan Ekonomi Kreatif Subsektor Penerbitan, <http://bekraf.go.id/subsektor/page/penerbitan>. Diakses tanggal 10 April 2017 pk 02.49 WIB.
- Bagong, Suyanto, 2005, *Metode Penelitian Sosial*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Bontis, Nick. 1996 "*There's A Price on Your Head: Managing Intellectual Capital Strategically*", Ivey Business Journal (Formerly Business Quarterly), Summer, pp. 40-47.
- Bontis, Nick. 1998 "*Intellectual Capital: An Exploratory Study that Develops Measures and Models*", Management Decision, 36, 2, 63-76.
- Bontis, Nick, Chua, W. and S. Richardson. (2000) "*Intellectual Capital and the Nature of Business in Malaysia*", Journal of Intellectual Capital, 1, 1, 85-100.
- Brooking, A. 1997 "*Intellectual Capital*", International Thompson Business Press, London.
- Bungin, Burhan, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Caddy, I. 2000, "*Intellectual Capital: Recognizing Both Assets and Liabilities*, Journal of Intellectual Capital (1): 129-146.
- Choo, C. W., dan N. Bontis, 2002. "*Knowledge, Intellectual Capital, and Strategy: Themes and Tensions*", Edisi Internasional, The Strategy Management of the Intellectual and Organizing Knowledge, Oxford University Press, New York.
- Delaney, Lewin, and Ichniowski, C. 1989. "*HR policies and practices in American firms*", US Department of Labor Management Relations and Co-operative programs, BLMR 173. Washington DC: US Government Printing Office.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia , 2008, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025*, Departemen Perdagangan, Jakarta.
- Endri, 2010. "*Peran Human Capital Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan: Suatu Tinjauan Teoretis dan Empiris*", FISIP UNPAR, Vol.VI 2, hal. 179-190.
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guest, D.E., Michie, J, Conway, N & Sheehan, M. 2003. "*Human resource management and corporate performance in the UK*" dalam British Journal of Industrial Relations, 41.
- Harrison, S. and P.H. Sullivan, 2000. "*Profiting From Intellectual: Learning From Leading Companies*. Industrial and Commercial Training 32 (4): 139-148.
-
- Hermawan, Sigit, 2016 "*Comprehensive Intellectual Capital Management (CICM) and the Opportunity for the Strategic Management Accounting (SMS)*, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Vol XIII 1, hal. 2435-2451.
- Hermawan, Sigit, 2014, "*Pengembangan dan Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Melalui Comprehensive Intellectual Capital Management*", Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Vol. IV 3, Desember, hal. 1-14.

- Howkins, John, 2002, *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*, Penguin UK. .
- Ikatan Penerbit Indonesia, 2015, *Industri Penerbitan Buku Indonesia: Dalam Data dan Fakta*, Ikatan Penerbitan Indonesia. Jakarta.
- Ikatan Penerbit Daerah Istimewa Yogyakarta, 2017, *Data Anggota Ikatan Penerbitan Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta*, Ikatan Penerbit Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta, Yogyakarta.
- Marr, B., dan G. Schiuma, 2001. "*Measuring and Managing Intellectual Capital and Knowledge Assets in New Economy Organizations*", Handbook of Performance Measurement. Edisi Internasional, Gee, London.
- Mulyadi dan Johny Setyawan, 2001, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Nkomo, S.M. 1987. "*Human resource planning and organisational performance: An exploratory analysis*" dalam Strategic Management Journal, 8.
- Rachmawati D, 2008, "*Analisis Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Kantor Akuntan Publik di Indonesia)*", Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mandala, Surabaya, Vol. X 1, Mei 2008, hal.11-21.
- Roos, J., G. Roos, N. Dragonetti, dan L. Edvinsson, 1997, "*Intellectual Capital: Navigating the New Business Landscape*". MacMillan Press, London.
- Siregar, Syofian, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Prenadamedia Group, Jakarta.
- Stewart, T. A, 1997, "*Intellectual Capital-The New Wealth of Organization*". Nicholas Brealey, London.
- Totanan, C., 2004. "*Peranan Intellectual Capital dalam Penciptaan Nilai untuk Keunggulan Bersaing*", Usahawan, 1, Tahun XXXIII, Januari, hal.27-31.

