

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. LANDASAN TEORI

##### 1. 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”

Subsektor yang merupakan industri berbasis kreativitas menurut Kementerian Perdagangan pada tahun 2008:

- a. Periklanan: Usaha kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan.
- b. Arsitektur: kegiatan kreatif yang bersangkutan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*Town planning, urban design, landscape architecture*) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya: arsitektur taman, desain interior)
- c. Pasar Barang Seni: kegiatan kreatif yang berhubungan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, film, seni rupa dan lukisan.
- d. Kerajinan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal

sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).

- e. Desain: kegiatan kreatif yang terhubung dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
- f. Fesyen: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain sepatu dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.
- g. Video, Film, dan Fotografi: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, *dubbing* film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
- h. Permainan interaktif: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.
- i. Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
- j. Seni Pertunjukan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik

- etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
- k. Penerbitan dan Percetakan: kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten, digital, serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan prangko, materai, uang kertas, blanko ek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, *passport*, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.
  - l. Layanan Komputer dan Piranti Lunak: kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.
  - m. Televisi dan Radio: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti *games*, kuis, *reality show*, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio
  - n. Riset dan Pengembangan: kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar, termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

## 2. Penerbitan

### a. Entitas Penerbit

Ikatan Penerbitan Indonesia (IKAPI) mendata entitas penerbit di Indonesia, khususnya dilihat dari badan usaha dan badan hukum yang menaunginya.

Berikut entitas penerbit, menurut IKAPI:

#### 1) Penerbit Kecil

Penerbit kecil yaitu penerbit dengan berbagai badan usaha, seperti UD, Firma, dan Persekutuan Komanditer.

#### 2) Penerbit Menengah dan Penerbit Besar

Penerbit dalam kategori menengah dan besar adalah penerbit yang berbadan hukum perseroan terbatas (PT).

#### 3) Penerbit Yayasan, Lembaga Pendidikan, dan Lembaga Pemerintah

IKAPI memisahkan entitas penerbit berdasarkan badan hukum yayasan yang umumnya didirikan bukan untuk tujuan mengejar profit dan juga penerbit dengan badan hukum sebagai lembaga pendidikan ataupun lembaga pemerintah.

## 3. 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)

#### 4. *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**

<b>Ahli/Penulis</b>	<b>Definisi IC</b>
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 <i>intangible assets</i> 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 kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. Modal manusia akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. Brinker (dalam Hermawan, 2014) memberikan beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dari modal ini, yaitu *training programs, credential, experience, competence, recruitment, mentoring, learning programs, individual potential and personality*.

- 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. 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 ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.
- 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. Modal pelanggan dapat hadir dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

## **5. 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).

Bontis (1998) mengembangkan pengukuran kinerja bisnis yang terdiri dari sepuluh item kinerja yang dirasakan oleh responden dibandingkan dengan pesaing perusahaan dalam industri yang sama beberapa tahun terakhir. Sepuluh item tersebut adalah 1) kepemimpinan industri, 2) prospek masa depan, 3) laba, 4) pertumbuhan laba, 5) pertumbuhan penjualan, 6) return on assets setelah pajak, 7) return on sales setelah pajak, 8) respons secara keseluruhan terhadap persaingan, 9) tingkat kesuksesan dalam peluncuran produk baru, 10) kinerja kesuksesan perusahaan secara keseluruhan.

## B. PENELITIAN TERDAHULU

Sebagai pertimbangan yang dilakukan dalam penelitian, maka peneliti mencari beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi yang memiliki kesamaan pada fokus dan tema yang sedang diteliti. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan oleh peneliti sebagai referensi dalam penelitian ini:

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

1. Nama Peneliti	Sigit Hermawan
Jenis dan Tahun Penelitian	Jurnal Akuntansi dan Keuangan 2012



Judul Penelitian	Makna <i>Intellectual Capital</i> Perspektif <i>The Role Theory</i> dan <i>The Resource Based Theory</i>
Metode Penelitian	Penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam penelitian kualitatif dengan paradigma <i>interpretive</i> . Alasan dipilih penelitian kualitatif <i>interpretive</i> karena penelitian ini banyak melakukan interpretasi atas pendapat informan dan mengungkap fenomena terkait makna <i>IC</i> dalam perspektif <i>the role theory</i> dan <i>the resource based theory</i> .
Temuan Penelitian	Bahwa <i>IC</i> berperan bagi keseluruhan kegiatan operasional perusahaan farmasi, meningkatkan dayainovasi, kinerja, daya saing, dan kesejahteraan. Pihak yang berperan dalam mengelola <i>IC</i> adalah manajemen <i>Human Resource development (HRD)</i> untuk <i>Modal manusia (HC)</i> , manajer operasional atau produksi untuk <i>Modal struktural (SC)</i> , dan manajer pemasaran atau penjualan untuk <i>Relational Capital (RC)</i> . Hal ini sesuai dengan <i>the role theory</i> . Sementara itu, penelitian ini sesuai dengan <i>the resource based theory</i> karena perusahaan akan memperoleh <i>competitive advantage</i> dan kinerja superior melalui akuisi, perolehan, dan penggunaan aset strategis yang penting untuk <i>competitive advantage</i> dan kinerja keuangan yang superior. Aset strategis yang dimaksud adalah aset berwujud dan aset tak berwujud termasuk <i>IC</i> .
2. Nama Peneliti	Sigit Hermawan
Jenis dan Tahun Penelitian	Jurnal Ilmiah Zona Keuangan 2012
Judul Penelitian	Pengembangan dan Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Melalui <i>Comprehensive Intellectual Capital Management</i>
Metode Penelitian	

Temuan Penelitian	Bahwa pengembangan dan peningkatan kinerja perusahaan sektor industri kreatif dapat dilakukan dengan dua langkah, yakni identifikasi komponen <i>HC</i> , <i>SC</i> , <i>RC</i> , dan melakukan tahapan <i>CICM model</i> , yakni tahapan <i>knowledge management</i> , <i>innovation management</i> , dan <i>intellectual property management</i> .
3. Nama Peneliti	Endri
Jenis dan Tahun Penelitian	Jurnal Administrasi Bisnis 2010
Judul Penelitian	Peran Human Capital Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan: Suatu Tinjauan Teoritis dan Empiris
Metode Penelitian	
Temuan Penelitian	<p>Bahwa studi empiris yang berkaitan dengan hubungan antara human capital dalam berbagai aspek dan kinerja perusahaan telah mengalami perkembangan pesat akhir-akhir ini. Paper ini mencoba melakukan tinjauan ringkas baik secara teoritikal maupun empiris terhadap keterkaitan antara human capital dan kinerja perusahaan, serta penting dilakukan bagaimana perusahaan melakukan pengelolaan terhadap SDM untuk mendukung kinerja yang terbaik. Kinerja terbaik penting bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memuaskan semua pihak terutama stockholders.</p> <p>Dengan segala keterbatasan terutama tinjauan teori yang belum tuntas, paper ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam rangka mempersiapkan SDM yang lebih berkualitas dalam meningkatkan kinerja perusahaan yang terbaik. Sudah saatnya para pemimpin perusahaan menyadari bahwa keuntungan yang diperoleh perusahaan sebenarnya berasal dari human capital, jangan</p>

	aktivitas perusahaan lebih dilihat dari perspektif bisnis semata. Para pemimpin perusahaan seharusnya memandang perusahaannya sebagai sebuah unit yang berisi pengetahuan dan ketrampilan yang unik, atau seperangkat keunikan
4. Nama Peneliti	Amanda Friscia Adeline
Jenis dan Tahun Penelitian	Skripsi Akuntansi 2012
Judul Penelitian	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Pengendalian Anggaran dan Kinerja Organisasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Tengah)
Metode Penelitian	Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey dan mail survey. Metode survey dilakukan dengan pengumpulan data melalui pengisian kuesioner yang dapat dilakukan dengan mengunjungi responden dan kurang lebih dua minggu kemudian mengambilnya atau berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat.
Temuan Penelitian	<i>Intellectual</i> dari komponen modal manusia berpengaruh positif terhadap pengendalian anggaran dan kinerja organisasi. <i>Intellectual</i> dari komponen modal pelanggan berpengaruh positif terhadap pengendalian anggaran dan kinerja organisasi. Begitupun dengan <i>intellectual</i> dari komponen modal struktural yang juga berpengaruh positif terhadap pengendalian anggaran dan kinerja organisasi.
5. Nama Peneliti	Pratiwi Dwi Astuti
Jenis dan Tahun Penelitian	Tesis Magister Sains Akuntansi, 2004
Judul Penelitian	Hubungan <i>Intellectual Capital</i> dan <i>Bussines Performance</i>
Metode Penelitian	Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode survey dan mail survey.

	Metode survey dilakukan dengan pengumpulan data melalui pengisian kuesioner yang dapat dilakukan dengan mengunjungi responden dan kurang lebih dua minggu kemudian mengambilnya atau berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat
Temuan Penelitian	Bahwa modal manusia berhubungan positif dan signifikan dengan modal pelanggan, modal manusia berhubungan positif dan signifikan dengan modal struktural, modal pelanggan berhubungan positif dan tidak signifikan dengan modal struktural, dan modal struktural berhubungan positif dan signifikan dengan kinerja bisnis
6. Nama Peneliti	Martina Dwi Puji Astri Ongkorahardjo, Antonius Susanto, Dyna Rachmawati
Jenis dan Tahun Penelitian	Jurnal Akuntansi dan Keuangan
Judul Penelitian	Analisis Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Kantor Akuntan Publik di Indonesia)
Metode Penelitian	Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, yaitu metode pengumpulan data primer dengan cara mengambil sejumlah sampel tertentu dari suatu populasi.
Temuan Penelitian	Pertama, <i>individual capability</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja kantor akuntan publik. Kedua, <i>the organizational climate</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja kantor akuntan publik. Ketiga, <i>individual capability</i> dan <i>the organizational climate</i> berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja kantor akuntan publik. Pengujian juga membuktikan bahwa <i>individual capability</i> adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kinerja kantor akuntan publik
7. Nama Peneliti	Nick Bontis

Jenis dan Tahun Penelitian	1998
Judul Penelitian	Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models
Metode Penelitian	Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS)
Temuan Penelitian	Human capital berhubungan dengan structural capital dan customer capital; customer capital berhubungan dengan structural capital; customer capital dan structural capital berhubungan dengan kinerja industry
8. Nama Peneliti	Nick Bontis, Chua, dan Richardson
Jenis dan Tahun Penelitian	Journal of Intellectual Capital 2000
Judul Penelitian	Intellectual Capital and the Nature of Business in Malaysia
Metode Penelitian	Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS)
Temuan Penelitian	Human capital berhubungan dengan structural capital dan customer capital; customer capital berhubungan dengan structural capital; customer capital dan structural capital berhubungan dengan kinerja industri
9. Nama Peneliti	Astuti dan Sabeni
Jenis dan Tahun Penelitian	2005
Judul Penelitian	Hubungan <i>Intellectual Capital dan Bussines Performance</i> dengan <i>Diamond Spesification: Sebuah Perspektif Akuntansi</i>
Metode Penelitian	Data primer dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan teknik

	pengumpulan data menggunakan kuesioner, yaitu dengan mengirim kuesioner melalui jasa pos (mail survey) dan contact person kepada responden.
Temuan Penelitian	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa human capital berhubungan positif dan signifikan dengan customer capital. Dengan tacit knowledgenya, human capital mampu menciptakan nilai (value creation) yaitu customer capital bagi perusahaan. Perusahaan mampu mentransformasi tacit knowledge ke dalam pengetahuan yang melekat pada hubungan-hubungan eksternal perusahaan. Human capital juga berhubungan positif dan signifikan dengan structural capital. Perusahaan-perusahaan di Jawa Tengah mampu mentransformasi pengetahuan pegawainya ke pengetahuan non manusia yang lebih konkrit. Customer capital berhubungan positif dan tidak signifikan dengan business performance.

### C. Hipotesis

1. Ada pengaruh modal manusia terhadap kinerja bisnis industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Ada pengaruh modal pelanggan terhadap kinerja bisnis industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Ada pengaruh modal struktural terhadap kinerja bisnis industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

### D. Model Penelitian

Penelitian ini mempunyai satu variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). *Intellectual capital* sebagai variabel independendan kinerja bisnis sebagai variabel dependen (Y). Hubungan variabel independen dan variabel dependen tersebut dapat dilihat melalui paradigma sebagai berikut:

**Gambar 1.1**

**Model penelitian**



X : Variabel *intellectual capital*

Y : Variabel kinerja bisnis

➡ : Pengaruh secara parsial