

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bank Syari'ah

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 Nopember 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

No.21 Tahun 2008 yang menjelaskan tentang perbankan syariah, menerangkan bahwa yang dimaksud dengan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Istilah 'Bank Syariah' yang selama ini kita kenal di Indonesia merupakan istilah khas yang hanya ada di Indonesia. Di negara-negara lain, istilah untuk Bank Syariah lebih dikenal dengan 'Islamic Bank'. Hal ini dikarenakan konsep Bank Islam di Indonesia telah mengalami kontekstualisasi. Nama itu timbul dengan tradisi menegakkan syariat yang sudah muncul sejak berdirinya Republik ini, khususnya di sekitar naskah Piagam Jakarta. (Karim, 2004

Dilihat dari sejarahnya, Bank syariah yang pertama berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Bank ini berdiri pada tahun 1992 dan sejak tahun itu hingga 1998 hanya ada 1 unit Bank Syariah di Indonesia. Kemudian pada

tahun 1999 berkembang menjadi 3 unit Bank Syariah (Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri dan Bank Mega Syariah). Data terakhir yang diambil dalam Statistik Perbankan Syariah Bank Indonesia per Januari 2011, terdapat 11 Bank Umum Syariah. Sedangkan jumlah Unit Usaha Syariah sebanyak 23 unit dan jumlah BPRS sebanyak 151 unit.

Bank Syariah di Indonesia terbagi menjadi 3 bentuk, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dalam UU No.21 tahun 2008, yang dimaksud dengan Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah. Sedangkan yang dimaksud dengan BPRS adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yaitu Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dari ketiga pengertian Jenis Bank Syariah di atas, maka dapat dikatakan bahwa Bank Syariah memiliki fungsi yang hampir sama dengan Bank Umum Konvensional lainnya. Akan tetapi yang menjadi pembeda dan juga sangat mendasar adalah Bank Syariah menggunakan prinsip syariah dalam melaksanakan setiap transaksi perbankannya.

2.1.1 Pengertian Bank Syari'ah

Bank syari'ah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Bank Islam atau bank syari'ah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta edaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syari'ah Islam. Berdasarkan pengertian tersebut, Bank Islam berarti bank yang tata cara bermuamalat secara Islami, yakni mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan Syariat Islam. Bank Syari'ah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli atau lainnya) yang berdasarkan prinsip syari'ah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan nilai syari'ah, baik yang bersifat makro maupun mikro.

2.1.2 Fungsi dan Peranan Bank Syari'ah

Bank syari'ah mempunyai fungsi secara umum meliputi:

- a. Bertanggung jawab terhadap penyimpanan dana nasabah
- b. Mengelola investasi dari dana yang diperoleh

- c. Penyedia transaksi keuangan
- d. Pengelola zakat, infaq dan shadaqoh

Agar berhasil menjadi pendorong terwujudnya pembangunan ekonomi nasional maka bank Syari'ah memiliki peranan sebagai perekat nasionalisme yang berpihak pada ekonomi kerakyatan, beroperasi secara transparan, berfungsi sebagai pendorong penurunan investasi spekulatif, pendorong peningkatan efisiensi, mobilisasi dana masyarakat serta menjadi *uswatun hasanah* bagi praktek usaha berlandaskan moral dan etika Islam

2.1.3 Karakteristik Bank Syari'ah

Karakteristik bank Syari'ah dapat bersifat fleksibel, yang meliputi:

- a. Keadilan, melarang riba tetapi menggunakan bagi hasil.

Riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam.

- b. Kemitraan, yaitu saling memberi manfaat.

Posisi nasabah, investor, pengguna dana dan bank berada dalam hubungan sejajar sebagai mitra usaha yang saling menguntungkan dan bertanggung jawab di mana tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

- c. Universal, melarang transaksi yang bersifat tidak transparan (*gharar*).

Menghindari penggunaan sumber daya yang tidak efisien, dan terbuka seluas-luasnya bagi masyarakat tanpa membedakan agama, suku, dan ras.

2.1.4 Prinsip Operasional Bank Syari'ah

Berdasarkan surat keputusan direksi Bank Indonesia No.32/34/KEP/DIR tanggal 19 Mei 1999 tentang bank umum berdasarkan prinsip Syari'ah, prinsip operasional bank Syari'ah meliputi:

1. Prinsip titipan atau simpanan (*depository* atau *Al Wadi'ah*).

Adalah akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai uang atau barang dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang tersebut.

Berdasarkan jenisnya *wadi'ah* terdiri atas:

A. *Wadi'ah Yad Amanah*, yaitu akad penitipan barang atau uang di mana

pihak penerima tidak diperkenankan menggunakan barang atau uang yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang atau titipan yang bukan diakibatkan kelalaian penerima titipan.

B. *Wadi'ah Yad Damanah*, yaitu akad penitipan barang atau uang dimana

pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang atau uang dapat memanfaatkan barang atau titipan dan harus bertanggung jawab terhadap kerusakan atau kehilangan barang titipan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang atau uang tersebut menjadi hak penerima titipan.

2. Prinsip Bagi Hasil (*Profit Sharing*)

Suatu prinsip penetapan imbalan yang diberikan kepada masyarakat sehubungan dengan penggunaan atau pemanfaatan dana masyarakat yang dipercayakan kepada bank. Besarnya imbalan yang diberikan berdasarkan

kesepakatan bersama dalam perjanjian tertulis antara bank dan nasabahnya.

Berdasarkan jenisnya terdiri dari :

- a. *Al-Musyarakah*: Akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (*amal/expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.
- b. *Al-Mudharabah*: Akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*).
- c. *Al-Muzara'ah*: Kerjasama pengelola pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, dimana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (persentase) dari hasil panen.
- d. *Al-Musaqah*: Bentuk yang lebih sederhana dari *muzara'ah* dimana penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan. Sebagai imbalan, penggarap berhak atas nisbah tertentu dari hasil panen.

3. Prinsip Jual Beli (*Sale and Purchase*)

Suatu prinsip penetapan imbalan yang akan diterima bank sehubungan dengan penyediaan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan, baik untuk keperluan investasi maupun modal kerja, juga termasuk kegiatan usaha jual beli, dimana dilakukan pada waktu bersamaan baik antara penjual dengan bank maupun antara bank dengan nasabah sebagai pembeli, sehingga bank

tidak memiliki persediaan barang yang dibiayainya. Berdasarkan jenisnya terdiri dari:

- a. *Al- Murabahah*: Akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Penjual harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Jual beli ini dapat dilakukan untuk pembelian secara pesanan.
- b. *Al-Salam*: Akad jual beli barang pesanan yang pembelian barangnya diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan di muka secara penuh.
- c. *Al-Istishna*: Akad jual beli barang antara pemesan dengan penerima pesanan. Spesifikasi dan harga pesanan disepakati di awal akad dengan pembayaran dilakukan secara bertahap sesuai kesepakatan.

4. Prinsip Sewa (*Operational Lease and Financial Lease*)

Prinsip sewa ini didasarkan pada :

- a. *Al-Ijarah*: Akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership/milkiyah*) atas barang itu sendiri.
- b. *Ijarah wa Iqtina*: Akad sewa-menyewa barang antara bank (*muaajir*) dengan penyewa (*mustajir*) yang diikuti janji bahwa pada saat yang ditentukan kepemilikan barang sewaan akan berpindah kepada *mustajir*.

5. Prinsip Jasa (*Fee Based Services*)

Suatu prinsip penetapan imbalan sehubungan dengan kegiatan usaha lain bank Syari'ah yang lazim dilakukan terdiri dari:

- a. *Al-Kafalah*: Akad pemberian jaminan (*makful alaih*) yang diberikan suatu pihak kepada pihak lain sebagai pemberi jaminan (*kafiiil*) yang bertanggung jawab atas pembayaran kembali suatu utang yang menjadi hak penerima jaminan (*makful*).
- b. *Al-Hiwalah*: Akad pemindahan piutang nasabah (*muhil*) kepada bank (*muhal alaih*) dari nasabah lain (*muhal*). *Muhil* meminta *muhal alaih* untuk membayarkan terlebih dahulu piutang yang timbul dari jual beli. Pada saat piutang tersebut jatuh tempo, *muhal* akan membayar kepada *muhal alaih*. *Muhal* akan memperoleh imbalan sebagai jasa pemindahan piutang.
- c. *Al-Kafalah*: Akad pemberian kuasa dari pemberi kuasa (*muwakhil*) kepada penerima kuasa (*wakil*) untuk melaksanakan tugas (*taukil*) atas nama pemberi kuasa.
- d. *Ar-Rahn*: Akad penyerahan barang harta (*markun*) dari nasabah (*rahim*) kepada bank (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh utang.
- e. *Al-Qardhul Al-Hasan*: Akad pinjaman dari bank (*murqidh*) kepada pihak tertentu (*muqtaridh*) untuk tujuan sosial yang wajib dikembalikan sesuai dengan pinjaman.
- f. *Sharf*: Akad jual beli suatu valuta asing dengan valuta lainnya sesuai dengan prinsip Syari'ah.

- g. *Ujr*: Imbalan yang diminta atau diberikan atas suatu pekerjaan yang diberikan.

2.2 *Intellectual Capital*

2.2.1 Pengertian *Intellectual Capital*

Istilah *intellectual capital* pertama kali diungkapkan oleh Galbraith pada tahun 1969 (Hudson, 1993 dalam Bontis, 2000). Klein dan Prusak, 1994 dalam Ihyaul dan Nadya mengungkapkan bahwa *Intellectual Capital* adalah sebagai bahan intelektual yang telah di formalkan, ditangkap dan dimanfaatkan untuk menghasilkan aset nilai yang lebih tinggi. Sangkala (2006) mendefinisikan *Intellectual Capital* sebagai hasil dari proses transformasi pengetahuan atau pengetahuan itu sendiri yang ditransformasikan dalam aset bernilai bagi perusahaan.

Martinez (2011) menyatakan bahwa istilah *Intellectual Capital* mempunyai arti yang sama dengan aset tidak berwujud. Terdapat berbagai definisi tentang *intellectual capital* dalam berbagai literatur. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Bukh et al. (2005), *intellectual capital* merupakan berbagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, proses atau teknologi yang dapat digunakan dalam proses penciptaan nilai bagi perusahaan.

Tidaklah mudah untuk dapat menyajikan definisi yang tepat tentang IC. Definisi IC yang ditemukan dalam beberapa literatur cukup kompleks dan beragam. Salah satu definisi IC yang banyak digunakan adalah yang

ditawarkan oleh *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD, 1999) yang menjelaskan IC sebagai nilai ekonomi dari dua kategori aset tak berwujud: (1) *organisational (structural) capital*; dan (2) *humancapital*. Lebih tepatnya, *organisational (structural) capital* mengacu pada hal-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*. Seringkali, istilah IC diperlakukan sebagai sinonim dari aktiva tidak berwujud. Meskipun demikian, definisi yang diajukan OECD menyajikan cukup perbedaan dengan meletakkan IC sebagai bagian terpisah dari dasar penetapan *intangible asset* secara keseluruhan suatu perusahaan. Dengan demikian, terdapat item-item *intangible asset* yang secara logika tidak membentuk bagian dari IC suatu perusahaan. Salah satunya adalah reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan mungkin merupakan hasil sampingan (atau suatu akibat) dari penggunaan IC secara bijak dalam perusahaan, tetapi itu bukan merupakan bagian dari IC.

Bontis et al. (2000) menyatakan bahwa secara umum, para peneliti mengidentifikasi tiga konstruk utama dari IC, yaitu: *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *customer capital* (CC). Menurut Bontis et al.(2000), secara sederhana HC merepresentasikan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya. HC merupakan kombinasi dari *genetic inheritance; education; experience, and attitude* tentang kehidupan dan bisnis.

Lebih lanjut Bontis et al. (2000) menyebutkan bahwa SC meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi. Termasuk dalam hal ini adalah *database, organisational charts, process manuals, strategies, routines* dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar daripada nilai materialnya. Sedangkan tema utama dari CC adalah pengetahuan yang melekat dalam *marketing channels* dan *customer relationship* dimana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalannya bisnis (Bontis et al.,2000).

Dari beberapa definisi *intellectual capital*, terdapat kesamaan pokok pikiran yaitu *intellectual capital* merupakan berbagai sumber daya pengetahuan, pengalaman, dan keahlian yang berkaitan dengan keahlian karyawan, hubungan baik dengan pelanggan, dan kapasitas teknologi informasi milik perusahaan yang secara signifikan berkontribusi dalam proses penciptaan nilai sehingga dapat memberikan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) bagi perusahaan.

Selama ini masih terdapat ketidakjelasan mengenai perbedaan antara modal intelektual (*intellectual capital*) dan aset tidak berwujud (*intangible asset*). Paragraf 8 PSAK 19 (revisi 2010) tentang Aset Tak Berwujud mendefinisikan aset tak berwujud sebagai aset nonmoneter yang dapat diidentifikasi tanpa wujud fisik. Definisi tersebut merupakan adopsi dari pengertian yang dikeluarkan IAS 38 dan FRS 10 mendefinisikan aset tak berwujud sebagai : *An identifiable asset, non monetary and without physical.* (IAS 38) *Non-financial fixed assets that do not have physical substance but*

are identifiable and are controlled by the entity through custody or legal rights (FRS 10).

Sebagai kesimpulannya, *intellectual capital* merupakan bagian dari aset tak berwujud. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Boekestein (2006) dalam Boedi (2008) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* adalah bagian dari *intangible asset*.

2.2.2 Komponen *Intellectual Capital*

Studi yang dilakukan oleh Stewart (1997), Edvinsson dan Malone (1997), dan Bontis (2000) menyebabkan kemiripan klasifikasi komponen IC. Menurut klasifikasi mereka, IC perusahaan dalam arti luas terdiri dari :

1. Modal manusia (*Human Capital/ HC*)

Didefinisikan sebagai pengetahuan, kualifikasi dan keterampilan karyawan dalam memproduksi barang dan jasa serta kemampuan untuk dapat berhubungan dengan pelanggan. Menurut Bontis (2004) *human capital* adalah kombinasi dari pengetahuan, *skill*, kemampuan melakukan inovasi dan kemampuan menyelesaikan tugas, meliputi nilai perusahaan, kultur dan filsafatnya. Jika perusahaan berhasil dalam mengelola pengetahuan karyawannya, maka hal itu dapat meningkatkan *human capital*. Sehingga *human capital* merupakan kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang terdapat dalam tiap individu yang ada di dalamnya. *Human capital* ini yang nantinya akan mendukung *structural capital* dan *customer capital*.

2. Modal struktural (*Structural Capital/ SC*)

Mengacu pada pengetahuan yang dimiliki perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar, mencakup proses produksi, teknologi informasi, sistem operasional perusahaan, hubungan pelanggan, *Research & Development*, dan lain-lain. *Structural capital* merupakan infrastruktur pendukung dari *human capital* sebagai sarana dan prasarana pendukung kinerja karyawan. Sehingga walaupun karyawan memiliki pengetahuan yang tinggi namun bila tidak didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai, maka kemampuan karyawan tersebut tidak akan menghasilkan modal intelektual.

Dalam upaya pengukuran elemen ini Edvinsson seperti yang dikutip oleh (Brinker 2000), menyatakan hal-hal sebagai berikut:

- a. *Value acquired process technologies only when they continue to the value of the firm;*
- b. *Track the age and current vendor support for the company process technology;*
- c. *Measure not only process performance specifications but actual value contribution to corporate productivity;*
- d. *Incorporate an index of process performance in relation to established process performance goals.*

3. *Customer Capital* (CC) atau modal pelanggan

Customer Capital adalah orang-orang yang berhubungan dengan perusahaan, yang menerima pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. *Customer capital* juga dapat diartikan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sehingga menghasilkan hubungan baik dengan pihak luar. *Customer capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut. Edvinsson yang dikutip oleh (Brinker, 2000) menyarankan pengukuran beberapa hal berikut ini yang terdapat dalam modal pelanggan, yaitu :

- a. *Customer Profile*. Siapa pelanggan-pelanggan kita, dan bagaimana mereka berbeda dari pelanggan yang dimiliki oleh pesaing. Hal potensial apa yang kita miliki untuk meningkatkan loyalitas, dan juga mendapatkan pelanggan baru, dan mengambil pelanggan dari pesaing.
- b. *Customer Duration*. Seberapa sering pelanggan kita berbalik pada kita? Apa yang kita ketahui tentang bagaimana dan kapan pelanggan menjadi pelanggan yang loyal? Serta seberapa sering frekuensi komunikasi kita dengan pelanggan.
- c. *Customer Role*. Bagaimana kita mengikutsertakan pelanggan ke dalam desain produk, produksi dan pelayanan.
- d. *Customer Support*. Program apa yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan.

- e. Customer Success. Berapa besar rata-rata setahun pembelian yang dilakukan oleh pelanggan.

2.2.3 Pengukuran Intellectual Capital

Dengan mempertimbangkan semakin pentingnya peran yang dimainkan oleh IC dalam penciptaan nilai, Pulic (1998,2004), dengan rekan-rekannya di Pusat Penelitian IC Austria, mengembangkan metode baru untuk mengukur IC perusahaan. Pulic menyebut metode ini sebagai nilai tambah modal intelektual (VAIC). Metode ini sangat penting karena memungkinkan kita untuk mengukur kontribusi setiap sumber daya - manusia, struktur, fisik dan keuangan – untuk membuat VA oleh perusahaan (Zeghal dan Maaloul, 2010).

Metode VAIC yang dikembangkan oleh Pulic (1998), didesain untuk menyajikan informasi tentang efisiensi nilai tambah dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan. Sedangkan Wang (2011) mengembangkan "Value Added Intellectual Capital" (VAIC) untuk mengukur nilai *intellectual capital* perusahaan secara kuantitatif. Sesuai dengan model Wang (2011) formulasi perhitungan VAIC adalah sebagai berikut :

1. Tahap pertama : menghitung *Value Added* (VA)

$$VA = OUT - IN$$

Output (OUT) = Total penjualan dan pendapatan lain.

Input (IN) = Beban dan biaya-biaya (selain beban karyawan).

Value Added (VA) = Selisih antara *Output* dan *Input*.

2. Tahap Kedua: Menghitung *Value Added Capital Employed (VACA)*.

VACA adalah indikator untuk VA yang diciptakan oleh satu unit dari *physical capital*. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari CE terhadap *value added* organisasi.

$$\text{VACA} = \text{VA}/\text{CE}$$

Dimana:

VACA = *Value Added Capital Employed*: rasio dari VA terhadap CE.

VA = *value added*

CE = *Capital Employed*: dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

3. Tahap ketiga : menghitung *Value added Human Capital (VAHU)*. VAHU menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja.

$$\text{VAHU} = \text{VA}/\text{HC}$$

Value added Human Capital (VAHC)

Human Capital (HC) = Beban karyawan.

Value Added (VA) = Nilai Tambah

4. Tahap keempat adalah menemukan hubungan antara VA dengan *Structural Capital (SC)*. *Structural Capital Value Added (STVA)* adalah rasio dari SC terhadap VA. Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu unit moneter dari VA. SC diperoleh

dari VA dikurangi HC. SC tergantung pada penciptaan VA dan berbanding terbalik dengan HC.

$$\text{STVA} = \text{SC}/\text{VA}$$

Structural Capital Value Added (STVA)

Structural Capital (SC) = Modal structural : VA – HC

Value Added (VA) = Nilai Tambah

5. Tahap Kelima: Menghitung *Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM)*. VAICTM mengindikasikan kemampuan intelektual organisasi yang dapat juga dianggap sebagai BPI (*Business Performance Indicator*).

VAICTM merupakan penjumlahan dari 3 komponen sebelumnya, yaitu:

VACA, VAHU, dan STVA.

$$\text{VAICTM} = \text{VACA} + \text{VAHU} + \text{STVA}$$

Keunggulan metode VAICTM adalah karena data yang dibutuhkan relatif mudah diperoleh dari berbagai sumber dan jenis perusahaan. Data yang dibutuhkan untuk menghitung berbagai rasio tersebut adalah angka-angka keuangan yang standar yang umumnya tersedia dari laporan keuangan perusahaan. Alternatif pengukuran IC lainnya terbatas hanya menghasilkan indikator keuangan dan non-keuangan yang unik yang hanya untuk melengkapi profil suatu perusahaan secara individu. Indikator-indikator tersebut, khususnya indikator non-keuangan, tidak tersedia atau tidak tercatat oleh perusahaan yang lain (Tan et al., 2007). Konsekuensinya, kemampuan untuk menerapkan pengukuran IC alternatif tersebut secara konsisten terhadap sample yang besar dan terdiversifikasi menjadi terbatas (Firer dan Williams, 2003

2.3 Sumber Dana

Dalam perdagangan terdapat sejumlah barang yang akan dibeli kemudian barang tersebut dijual kembali dengan harga lebih tinggi. Begitu pula dalam perusahaan industri terdapat kegiatan membeli bahan baku untuk diproses menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dan kemudian dijual kembali. Kegiatan jual beli ini terus-menerus dilakukan sesuai dengan target perusahaan dan harus dikelola secara profesional sehingga menghasilkan laba yang maksimal dengan menekan biaya seefisien mungkin.

Bagi bank yang merupakan bisnis keuangan, kegiatan membeli barang dan menjual barang juga terjadi, hanya bedanya dalam bisnis bank yang dijual dan dibeli adalah jasa keuangan. Sebelum dilakukan penjualan jasa keuangan, bank haruslah terlebih dahulu membeli jasa keuangan yang tersedia di masyarakat dan membeli jasa keuangan dapat diperoleh dari sumber dana yang ada, terutama sumber dana dari masyarakat luas.

Pengertian sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat. Perolehan dana ini tergantung dari bank itu sendiri, apakah dari simpanan masyarakat atau dari lembaga lainnya.

Kemudian untuk membiayai operasinya, dana dapat pula diperoleh dari modal sendiri, yaitu dengan mengeluarkan atau menjual saham. Perolehan dana disesuaikan pula dengan tujuan dari penggunaan dana tersebut. Pemilihan sumber dana akan menentukan besar kecilnya biaya yang ditanggung. Oleh karena itu pemilihan sumber dana harus dilakukan secara tepat. Jika tujuan perolehan dana

untuk kegiatan sehari-hari, jelas berbeda sumbernya, dengan jika bank hendak melakukan investasi baru atau untuk melakukan perluasan suatu usaha. Kebutuhan dana untuk kegiatan utama bank diperoleh dalam berbagai simpanan, sedangkan jika kebutuhan dana digunakan untuk investasi baru atau perluasan usaha maka diperoleh dari modal sendiri.

Secara garis besar sumber dana bank dapat diperoleh dari :

1. Dari bank itu sendiri
2. Dari masyarakat luas (Dana Pihak Ketiga)
3. Dari lembaga lainnya

Yang paling penting bagi bank adalah bagaimana memilih dan mengelola sumber dana yang tersedia. Bagi bank pengelolaan sumber dana dari masyarakat luas, terutama dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito adalah sangat penting. Dalam pengelolaan sumber dana dimulai dari perencanaan akan kebutuhan dana, kemudian pelaksanaan pencarian sumber dana dan pengendalian terhadap sumber-sumber dana yang tersedia. Pengelolaan sumber dana ini kita kenal dengan nama Manajemen Dana Bank. Dengan kata lain pengertian manajemen Dana Bank adalah suatu kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian terhadap penghimpunan dana yang ada di masyarakat. Manajemen dana atau biasa dikenal dengan istilah Asset and Liability Management atau manajemen aktiva dan pasiva adalah suatu proses pengelolaan dana suatu bank. Artinya adalah bagaimana bank menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan pemupukan sumber dana dari masyarakat atau dari modal

sendiri, disamping kebijakan yang berkaitan dengan pengalokasian atau penempatan dana sedemikian rupa sehingga dapat mencapai tingkat pendapatan yang optimal serta sesuai dengan peraturan yang ditetapkan Bank Sentral.

Namun dalam penelitian ini yang menjadi tolak ukur dalam pmdanaan yaitu Dana Pihak Ketiga. Dimana Dana Pihak Ketiga adalah dana yang dihimpun oleh suatu bank dari masyarakat luas.

2.3.1 Dana Pihak Ketiga

2.3.2 Pengertian Dana pihak ketiga

Dana Pihak Ketiga adalah dana yang berasal dari masyarakat luas yang merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional suatu bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasionalnya dari sumber dana ini (Khasmir, 2011). Dana pihak ketiga ini dihimpun oleh bank dengan melalui berbagai macam produk dana yang ditawarkan kepada masyarakat luas yang menaruh kepercayaan terhadap bank yang bersangkutan untuk menyimpan dan memutarakan uangnya untuk kemudian ditarik kembali pada saat jatuh temponya dengan imbalan bunga maupun capital gain dari bank tersebut (Muljono, 2006).

Dana masyarakat adalah dana-dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha, yang diperoleh bank dengan menggunakan berbagai instrumen produk simpanan yang dimiliki oleh bank (Kuncoro, 2002). Dana-dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat (Dana Pihak Ketiga) merupakan sumber dana terbesar yang

paling diandalkan oleh bank (mencapai 80%-90% dari seluruh dana yang dikelola oleh bank) (Dendawijaya, 2003).

2.3.3 Macam-Macam Produk Dana Pihak Ketiga

Menurut Sinungan (2003) menjelaskan bahwa macam-macam produk dana pihak ketiga adalah :

- a. Tabungan adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.
- b. Giro adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.
- c. Deposito atau simpanan berjangka adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan.

Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23/DPNP tanggal 31 mei 2004 dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank dapat berupa giro, tabungan, dan deposito, yaitu sebagai berikut :

- a. Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan.

- b. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- c. Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank.

Menurut Riyadi (2004:66) terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penghimpunan dana suatu bank diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank
2. Tingkat suku bunga yang ditawarkan.
3. Fasilitas yang diberikan oleh bank.
4. Kemudahan pelayanan, seperti tersedianya ATM.
5. Jarak atau lokasi dimana kantor bank melakukan operasi.
6. Anggapan terhadap resiko atas bank yang bersangkutan.
7. Sikap pejabat atau karyawan bank yang bersangkutan.

2.4 Kinerja Keuangan

2.4.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Pengertian kinerja menurut Indra Bastian (2006:274) adalah gambaran pencapaian pelaksanaan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi suatu organisasi. Menurut Sucipto (2003) pengertian kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba.

Sedangkan menurut IAI (2007) Kinerja Keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumberdaya yang dimilikinya.

Menurut Irhan Fahmi (2011:2) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan.

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja keuangan adalah usaha formal yang telah dilakukan oleh perusahaan yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat melihat prospek, pertumbuhan, dan potensi perkembangan baik perusahaan dengan mengandalkan sumber daya yang ada. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila telah mencapai standar dan tujuan yang telah ditetapkan.

2.4.2 Manfaat Penilaian Kinerja

Adapun manfaat dari penilaian kinerja adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengukur prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatannya.

- b. Selain digunakan untuk melihat kinerja organisasi secara keseluruhan, maka pengukuran kinerja juga dapat digunakan untuk menilai kontribusi suatu bagian dalam pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan.
- c. Dapat digunakan sebagai dasar penentuan strategi perusahaan untuk masa yang akan datang.
- d. Memberi petunjuk dalam pembuatan keputusan dan kegiatan organisasi pada umumnya dan divisi atau bagian organisasi pada khususnya.
- e. Sebagai dasar penentuan kebijaksanaan penanaman modal agar dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan.

2.4.3 Tujuan Penilaian Kinerja

Tujuan penilaian kinerja perusahaan menurut Munawir (2000:31) adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui tingkat likuiditas, yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh kewajibannya yang harus segera dipenuhi atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya pada saat ditagih.
- b. Untuk mengetahui tingkat solvabilitas, yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi baik kewajiban keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.
- c. Untuk mengetahui tingkat rentabilitas atau profitabilitas, yaitu menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

- d. Untuk mengetahui tingkat stabilitas usaha, yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil, yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar beban bunga atas hutang-hutangnya termasuk membayar kembali pokok hutangnya tepat pada waktunya serta kemampuan membayar deviden secara teratur kepada para pemegang saham tanpa mengalami hambatan atau krisis keuangan.

2.4.4 Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan di atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Analisis kinerja keuangan merupakan proses pengkajian secara kritis terhadap review data, menghitung, mengukur, menginterpretasi, dan memberi solusi terhadap keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu. Kinerja Keuangan dapat dinilai dengan beberapa alat analisis. Berdasarkan tekniknya, analisis keuangan dapat dibedakan menjadi macam, yaitu menurut Jumingan (2006:242):

- a. Analisis perbandingan Laporan Keuangan, merupakan teknik analisis dengan cara membandingkan laporan keuangan dua periode atau lebih dengan menunjukkan perubahan, baik dalam jumlah (absolut) maupun dalam persentase (relatif).
- b. Analisis Tren (tendensi posisi), merupakan teknik analisis untuk mengetahui tendensi keadaan keuangan apakah menunjukkan kenaikan atau penurunan.

- c. Analisis Persentase per Komponen (*common size*), merupakan teknik analisis untuk mengetahui persentase investasi pada masing-masing aktiva terhadap keseluruhan atau total aktiva maupun utang.
- d. Analisis Sumber dan Penggunaan Modal Kerja, merupakan teknik analisis untuk mengetahui besarnya sumber dan penggunaan modal kerja melalui dua periode waktu yang dibandingkan.
- e. Analisis Sumber dan Penggunaan Kas, merupakan teknik analisis untuk mengetahui kondisi kas disertai sebab terjadinya perubahan kas pada suatu periode waktu tertentu.
- f. Analisis Rasio Keuangan, merupakan teknik analisis keuangan untuk mengetahui hubungan di antara pos tertentu dalam neraca maupun laporan laba rugi baik secara individu maupun secara simultan.
- g. Analisis Perubahan Laba Kotor, merupakan teknik analisis untuk mengetahui posisi laba dan sebab-sebab terjadinya perubahan laba.
- h. Analisis *Break Even*, merupakan teknik analisis untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

2.4.5 Analisis Rasio Keuangan

a. Pengertian Analisis Rasio Keuangan

Menurut Roos, Westerfield & Jordan (2004:78) Rasio Keuangan adalah “Hubungan yang dihitung dan informasi keuangan suatu perusahaan dan digunakan untuk tujuan perbandingan”. Sedangkan menurut Jumingan (2006:242) “Analisis Rasio Keuangan merupakan analisis dengan

membandingkan satu pos laporan dengan dengan pos laporan keuangan lainnya, baik secara individu maupun bersama-sama guna mengetahui hubungan diantara pos tertentu, baik dalam neraca maupun dalam laporan laba rugi". Rasio menggambarkan suatu hubungan dan perbandingan antara jumlah tertentu dalam satu pos laporan keuangan dengan jumlah yang lain pada pos laporan keuangan yang lain. Dengan menggunakan metode analisis seperti berupa rasio ini akan dapat menjelaskan atau memberikan gambaran tentang baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan. Dengan rasio keuangan pula dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan.

b. Jenis-jenis Rasio Keuangan

Ada beberapa jenis rasio keuangan yang sering dipakai, menurut Bambang Riyanto (2001: 330) Apabila dilihat dari sumbernya dari mana rasio itu dibuat, maka rasio-rasio dapat digolongkan dalam 3 golongan, yaitu:

- 1) Rasio-rasio Neraca, yaitu rasio-rasio yang disusun dari data yang berasal dari neraca, misalnya *Current Ratio*, *Acid-test Ratio*, dan lain sebagainya.
- 2) Rasio-rasio Laporan Laba-Rugi, yaitu rasio-rasio yang disusun dari data yang berasal dari *Income Statement*, misalnya *Gross Profit Margin*, *Net Operating Margin*, dan lain sebagainya.
- 3) Rasio-rasio antar Laporan, yaitu rasio-rasio yan disusun dari data yang berasal dari neraca dan data lainnya berasal dari *Income Statement*, misalnya *Assets Turnover*, *Inventory Turnover*, dan lain sebagainya.

Ada pula yang mengelompokkan rasio kedalam rasio-rasio likuiditas, rasio-rasio leverage, rasio-rasio aktivitas, dan rasio-rasio profitabilitas (Bambang Riyanto, 2001: 331):

- a. Rasio Likuiditas adalah rasio-rasio yang dimaksudkan untuk mengukur likuiditas perusahaan (*current ratio, acid test ratio*).
- b. Rasio Leverage Adalah rasio-rasio yang dimaksudkan untuk mengukur sampai berapa jauh aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. (*debt to total assets ratio, net worth to debt ratio* dan lain sebagainya)
- c. Rasio-rasio Aktivitas yaitu rasio-rasio yang dimaksudkan untuk mengukur sampai seberapa besar efektivitas perusahaan dalam mengerjakan sumber-sumber dayanya (*inventory turnover, average collection period, dan lain sebagainya*).
- d. Rasio-rasio Profitabilitas yaitu rasio-rasio yang menunjukkan hasil akhir dari sejumlah kebijaksanaan dan keputusan-keputusan (*profit margin on sales, Return on total assets, return on net worth* dan lain sebagainya).

Sedangkan menurut (Brealey, Myers & Marcus, 2008:72) ada empat jenis rasio keuangan antara lain:

1. Rasio Leverage (*leverage ratio*) memperlihatkan seberapa berat utang perusahaan.
2. Rasio Likuiditas (*liquidity ratio*) mengukur seberapa mudah perusahaan dapat memegang kas.

3. Rasio Efisiensi (*efficiency ratio*) atau rasio tingkat perputaran (*turnover ratio*) mengukur seberapa produktif perusahaan menggunakan aset-asetnya.
4. Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian investasi perusahaan.

Dalam penelitian ini yang menjadi alat ukur kinerja yang digunakan adalah Return on Asset (ROA). ROA digunakan untuk mengukur seberapa efisien suatu bank dalam melakukan kegiatan usahanya (Siamat, 2004). ROA merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan untuk menghasilkan laba, semakin besar ROA maka semakin besar pula tingkat keuntungan bank dan semakin baik pula posisi bank dari segi penggunaan aset (Pandia, 2012). Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasi merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan. Laba menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban kepada kreditur dan investor serta merupakan bagian dalam proses penciptaan nilai perusahaan berkaitan dengan prospek perusahaan di masa depan.

Tandelilin (2001) menyatakan bahwa besarnya tingkat pengembalian perusahaan dapat dilihat melalui besar kecilnya laba perusahaan tersebut. Jika laba perusahaan tinggi maka tingkat pengembalian investasi perusahaan akan tinggi dimana para investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut yang dapat menyebabkan harga saham semakin tinggi pula.

Menurut laporan yang terdapat di www.idx.co.id tentang kinerja keuangan perbankan, ROA diperoleh dari laba setelah pajak (income after tax) terhadap total aktiva. Penggunaan laba setelah pajak dijelaskan juga dalam PBI No 15 Tahun 2013, dimana rumusan ROA dapat disusun dalam model sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

2.5 Umur Bank (*Firm Age*)

Perusahaan dengan umur yang makin tua, cenderung untuk lebih terampil dalam pengumpulan, pemrosesan dan menghasilkan informasi ketika diperlukan, karena perusahaan telah memperoleh pengalaman yang cukup (Saleh, 2004). Didukung dengan pendapat Harianto dan Sudomono dalam R. Gaban (2009) menyatakan bahwa umur perusahaan adalah umur sejak berdirinya hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan operasinya. Bank yang sudah lama berdiri akan mendapatkan kepercayaan di masyarakat yang akan menghimpun dana di bank tersebut. Bank yang telah lama berdiri telah memiliki banyak pengalaman mengenai berbagai masalah yang berkaitan dengan pengolahan informasi dan cara mengatasinya.

Bank juga merasakan berbagai perubahan – perubahan yang terjadi selama kegiatan operasinya, sehingga bank memiliki fleksibilitas dalam menangani berbagai perubahan yang akan terjadi. Bank yang telah lama berdiri diasumsikan akan dapat kepercayaan yang lebih tinggi dari pada bank yang baru berdiri. Industri perbankan adalah industri yang sangat bertumpu kepada kepercayaan

masyarakat (fiduciary financial institution). Kepercayaan masyarakat (fiduciary financial institution) adalah segala-galanya bagi bank. Begitu masyarakat tidak percaya pada bank, bank akan menghadapi “rush” dan akhirnya koleps. Di AS pada abad 19-20, setiap 20 tahun sekali terjadi krisis perbankan sebagai akibat krisis kepercayaan (Lash, 1987 : 8).

Semakin bertambah usia bank juga dari pihak bank akan meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, guna agar terwujudnya kerjasama dan hubungan relasi yang baik dari pihak bank dengan nasabah. Hal ini menuntut bank untuk senantiasa meningkatkan kinerja serta merumuskan strategi bisnis yang tepat. Tidak hanya tepat, tetapi juga harus sejalan dengan etika bisnis, karena dalam keadaan bersaing ketat memperebutkan pasar demi mengejar keuntungan yang maksimal, tentu mudah terjadi pelanggaran etika, yaitu pelanggaran kaidah-kaidah dasar moral (Wibisono, 2007). Untuk mengetahui umur bank dapat menggunakan cara tahun sempel dikurangi dengan umur bank berdiri.

2.6 PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN DANA PIHAK KETIGA TERHADAP KINERJA KEUANGAN (ROA) DENGAN UMUR BANK SEBAGAI VARIABEL MODERATING

2.6.1 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja keuangan (ROA)

Penelitian mengenai *Intellectual Capital* telah banyak dilakukan oleh peneliti diseluruh dunia. Penelitian yang dilakukan oleh Tan (2007) yang meneliti tentang hubungan IC dengan kinerja perusahaan dengan menggunakan sampel 150 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Singapura. Hasilnya terdapat hubungan positif antara IC dengan kinerja perusahaan. Selain itu terdapat hubungan positif antara kenaikan nilai dan tingkat pertumbuhan *intellectual capital* pada perusahaan pada kinerja perusahaan pada masa depan.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Ting dan Lean (2009) tentang Kinerja *Intellectual Capital* pada institusi Keuangan di Malaysia, menunjukan bahwa terdapat hubungan positif antara *Intellectual Capital* dengan kinerja keuangan (ROA). Sehingga menjadi rekomendasi untuk meningkatkan kualitas human capital pada perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Maditinos,et al (2011) meneliti hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap nilai pasar dan kinerja keuangan 4 jenis perusahaan yang terdapat di Yunani. Hasil penelitian menunjukan bahwa hanya HCE (*Human Capital Efficiency*) yang merupakan komponen dari *Intellectual Capital* yang memiliki hubungan signifikan dengan ROA sedangkan yang lainnya tidak ada hubungan.

2.6.2 Pengaruh Dana Pihak Ketiga terhadap Kinerja Keuangan (ROA)

Pada analisis yang dilakukan terhadap variabel DPK pada Bank Syariah yang terdaftar di BEI menunjukkan bahwa terdapat penurunan nilai *return on assets* (ROA) pada posisi dana pihak ketiga (DPK) mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Dalam hal ini, terjadi kesenjangan antara teori dan fakta di lapangan.

Putra (2011) menyatakan bahwa dana pihak ketiga tidak berpengaruh terhadap profitabilitas disebabkan karena ketidakseimbangan antara jumlah sumber dana yang masuk dengan jumlah kredit yang dilemparkan kepada masyarakat. Semakin tinggi dana pihak ketiga yang terkumpul di bank namun tidak dimbangi dengan penyaluran kredit, maka kemungkinan bank mengalami kerugian atau penurunan profitabilitas, karena pendapatan bunga dari penyaluran kredit kepada debitur tidak mencukupi untuk menutup biaya bunga yang harus dibayarkan kepada deposan.