

ANALISA PERSEPSI AKUNTAN TENTANG PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN FINANCIAL PERFORMANCE (STUDI KASUS PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK DI SURABAYA)

Kenny Septianto dan Saarce Elsy Hatane

Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra

Email: elsyehat@petra.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung yang signifikan dari *intellectual capital* terhadap *financial performance* pada kantor akuntan publik di Surabaya Selain itu juga untuk mengetahui pengaruh tidak langsung yang signifikan dari *intellectual capital* terhadap *financial performance* melalui *customer satisfaction* kantor akuntan publik di Surabaya. Penelitian ini berbentuk penelitian kuantitatif, dimana data diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada kantor akuntan publik di Surabaya. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan *software* Smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan dari *intellectual capital* terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* terhadap *financial performance*, dan *intellectual capital* terhadap *financial performance* pada kantor akuntan publik di Surabaya

Kata kunci: *Intellectual Capital, Financial Performance, Customer Satisfaction.*

ABSTRACT

This study aimed to examine the direct significant affect of intellectual capital to financial performance in public accountant in Surabaya. This study also examined the indirect significant relationship of intellectual capital to financial performance through customer's satisfaction as intervening variable in public accountant in Surabaya. This study used offices quantitative approach, and the data were obtained through distributing questionnaires to public accountant in Surabaya. The data obtained processed by using smartPLS software. This study showed that there was a positive and significant relationship of intellectual capital to customer's satisfaction; customer satisfaction's to financial performance; and intellectual capital to financial performance in public accountant offices in Surabaya.

Keywords: *Intellectual Capital, Financial Performance, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Pada jaman modern ini seiring dengan berkembangnya proses bisnis yang semakin kompleks, para peneliti ekonomi semakin sadar bahwa nilai aset material pada suatu perusahaan tidaklah lagi menjadi indikator bahwa perusahaan beroperasi dengan baik / tidak. Melainkan aset yang tidak terlihat (intangible asset) / disebut dengan *intellectual capital* (IC) yang menjadi tumpuan keunggulan kompetitif pada proses bisnis mereka (Akbari, 2013). Menurut Maosoud et al (2014) *Intellectual capital* digunakan untuk menciptakan nilai bagi perusahaan dan di dunia bisnis saat ini perusahaan bergantung pada *intellectual capital* mereka untuk dapat mengelola aset tangible mereka agar dapat sukses dalam persaingan. Seperti yang telah kita saksikan semakin pentingnya *intellectual capital* sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan daya saing perusahaan, namun banyak perusahaan yang kurang memperdulikan hal ini sehingga mereka berkembang dengan kacau dan menimbulkan ketidaktahuan, stress, kurangnya kesehatan perusahaan dan kegagalan kompetitif pada proses bisnis perusahaan, dalam kata lain perusahaan harus meningkatkan perspektif dan pemetaan pada perspektif navigasi strategic knowledge yang baru (Edvinsson, 2005). Maka dari itu, pada penelitian berikut akan kami meneliti apakah perusahaan sudah menyadari pentingnya *intellectual capital* dalam berkembangnya proses bisnis kinerja organisasi pada perusahaan Kantor Akuntan Publik di Surabaya. Banyak peneliti yang telah menemukan hubungan antara *intellectual capital* dengan *financial performance* (Bontis, 2000 ; Akbari, 2013 ; Anderson, 1994 ; Chen, 2005 ; Wang, 2005 ; Maheran, 2009) namun masih sangat sedikit bukti empiris yang mendukung. Hal ini yang membuat para peneliti sepakat untuk membuat kesimpulan bahwa *intellectual capital* memiliki hubungan positif terhadap *financial performance* (Stewart, 2007).

Pada beberapa tahun terakhir, beberapa persetujuan muncul bahwa *intellectual capital* terdiri dari 3 aset yaitu *human capital*, *organizational capital* dan *social capital* (Ghahramany dan Kohan, 2013). 3 faktor tersebut merupakan kunci untuk menjaga keberhasilan dari kinerja organisasi. Aset tidak berwujud / *intellectual capital* memiliki faktor yang lebih penting dalam mencapai dan menjaga keunggulan kompetitif jika dibandingkan dengan aset berwujud, maka dari itu *intellectual capital* merupakan sumber utama dalam perkembangan keuangan sebuah organisasi lalu faktor lainnya yaitu aset berwujud seperti tanah, bangunan, modal kerja (Akbari, 2013). *Intellectual capital* dapat memberi nilai lebih terhadap suatu perusahaan itu, nilai lebih itu seperti karyawan yang memiliki kompetensi dan loyalitas, sistem yang

tertata dengan rapi dan hubungan yang baik dengan para pelanggan dan pemasok yang dapat meningkatkan profuktivitas perusahaan (Sawarjuwono dan Kadir, 2003). Dalam beberapa kondisi, *intellectual capital* merupakan aset strategis dari *Organizational Performance* yang terdiri dari *customer satisfaction*, *employee satisfaction* dan *financial performance* merupakan indikator untuk mengukur kualitas pencapaian target organisasi sehingga semakin baik *financial performance* perusahaan itu, semakin baik pula *organizational performance*-nya (Sohrabi dan Derami 2010). *Financial performance* (FP), Menurut Bierly dan Daly (2007) dianggap sepadan dengan jumlah penjualan dan pembelian dari customer, banyaknya pembeli, banyaknya kontrak dan pada akhirnya profitabilitas merupakan indikator utama dari untuk mengukur *financial performance*. Heinon dan Korvela (2003) menemukan bahwa organisasi yang lebih sukses dan memiliki kinerja yang lebih baik adalah perusahaan yang bisa memberikan kepuasan lebih kepada pelanggan mereka karena organisasi tergantung pada pelanggan mereka dan jumlah pelanggan akan menentukan besar atau kecilnya pendapatan perusahaan itu. Organisasi yang memiliki pengetahuan intensif internasional yang dikenal dengan produk-produknya adalah Nike. Namun, Nike adalah pembuat sepatu yang tidak membuat sepatu - pekerjaannya hanya melakukan penelitian dan pengembangan, desain, pemasaran, dan distribusi, hampir semua kegiatan berbasis pengetahuan - tetapi dapat memiliki \$ 334.000 dalam penjualan untuk setiap karyawannya. Hal itu menunjukkan hanya menggunakan *intellectual capital* yaitu aset yang tidak terlihat, sebuah perusahaan dapat berdiri bahkan sukses dengan mengungguli para kompetitornya (Stewart, 1997).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *customer satisfaction* sebagai *intervening variable* karena *financial performance* sangat ditentukan oleh jumlah pelanggannya. Perusahaan dapat mendapat jumlah pelanggan yang banyak jika pelanggan mereka puas terhadap jasa yang diberikan kepada mereka sehingga *customer satisfaction* sangat penting untuk meningkatkan *financial performance* perusahaan pada jaman yang sangat kompetitif ini (Chi dan Gursoy, 2009). Pada KAP, kualitas jasa audit merupakan prioritas utama bagi investor dan pengguna laporan keuangan. Oleh karena itu KAP yang baik harus dapat menyajikan laporan hasil audit yang berkualitas agar audit dapat menghasilkan laporan yang relevan dan reliable bagi para investor sehingga dapat menarik minat perusahaan untuk menyewa jasanya (Halim, 2003). Selain itu, menurut Ismail (2006) KAP dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya dengan cara meningkatkan jasa audit yang diberikan kepada klien.

Sebagai tambahan, masih sedikit penelitian yang mengidentifikasi peran mediasi dari customer satisfaction secara langsung dalam hubungan antara intellectual capital dengan financial performance. Di Indonesia, menurut Sawarjuwono dan Kadir (2003) masih sangat sedikit perusahaan yang mengerti akan pentingnya intellectual capital karena masih menggunakan cara konvensional dalam membangun bisnisnya. Hal ini menyebabkan terbatasnya penelitian tentang intellectual capital di Indonesia, dengan begitu peneliti berusaha meneliti pengaruh intellectual capital terhadap financial performance pada KAP di Surabaya. Maka dari itu, judul dari penelitian ini adalah "Analisa Persepsi Akuntan Tentang Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Customer satisfaction Dan Financial performance (Studi Kasus pada Kantor Akuntan Publik di Surabaya)".

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada kantor akuntan publik di Surabaya?
2. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *financial performance* pada kantor akuntan publik di Surabaya?
3. Apakah *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *financial performance* kantor akuntan publik di Surabaya?

Intellectual capital

Menurut Rose and Barrons (2005) adalah aset yang mengukur kemampuan organisasi mencetak laba. Aset ini tidak bersifat objektif, tidak berwujud yang dicapai menggunakan aset yang terkait dengan human capital, organizational capital dan social capital. Bontis (1998) mendefinisikan intellectual capital sesuatu yang menciptakan nilai yang berasal dari kepintaran dan pemikiran manusia.

Pada penelitian kali ini peneliti mengadopsi pandangan Wang (2013) yang dikembangkan dari penelitian Subramaniam dan Youndt (2005) yang berpendapat intellectual capital adalah kumpulan sumber daya pengetahuan sebagai indikator yang digunakan untuk mengukur, 3 indikator itu adalah human capital, organizational capital dan social capital.

1. Human capital

Merupakan sumber daya manusia yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang dianggap aset paling penting dari perusahaan dan kesuksesan mereka bermula dari human capital mereka (Akbari, 2013), Karena dari

sanalah muncul inovasi dan pengembangan ide ide. Human capital juga menunjukkan pengetahuan, kemampuan, kompetensi, pengalaman, kreatifitas dan pendidikan para pekerjanya.

2. Organizational capital

Menurut Winter (1987) yang dikutip dari Bontis (1998) Organizational capital yaitu suatu hubungan yang memungkinkan organisasi untuk berfungsi secara terkoordinasi dan dipahami oleh beberapa orang yang berhubungan.

3. Social capital

Bontis, (2000) mengatakan social capital adalah pengetahuan dari rangkaian pasar, pelanggan, suplier, hubungan baik dengan pemerintah dan industri atau hubungan baik dengan pihak luar.

Customer satisfaction

Parasuraman (1985) mengatakan customer satisfaction adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan terhadap tingkat kepentingannya. Anderson et al (1994) menyatakan Customer satisfaction dalam perspektif Cumulative Specific yang mempersepsikan customer satisfaction sebagai evaluasi secara keseluruhan terhadap total barang atau jasa dengan pengalaman mengkonsumsi barang dan jasa dari waktu ke waktu.

Customer satisfaction terbagi menjadi 4 dimensi, yaitu reliability, responsiveness, assurance dan empathy Parasuraman (1985).

1. Reliability (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan

2. Responsiveness (Cepat tanggap)

Kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen

3. Assurance (Jaminan)

Pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri.

4. Emphaty (Empati)

Karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen.

Financial performance

Kinerja adalah hasil dari semua operasi dan strategi (Wheelen dan Hunger, 2002) organisasi.

Mengukur kinerja secara akurat sangat penting untuk tujuan akuntansi dan tetap menjadi perhatian utama bagi kebanyakan organisasi. Sistem pengukuran kinerja memberikan dasar untuk mengembangkan rencana strategis, menilai penyelesaian organisasi tujuan, dan menggaji managers (Ittner dan Larcker, 1998). langkah-langkah yang dapat diandalkan dari kinerja yang pemasaran jasa dapat dinilai. Dua pendekatan telah diadopsi dalam literatur untuk mengukur financial performance. Pertama subyektif mengukur kinerja perusahaan berdasarkan evaluasi mereka sendiri dan harapan atau perbandingan dengan pesaing mereka. Yang kedua adalah tujuan, berdasarkan ukuran absolut dari kinerja seperti rasio keuangan (Appiah-Adu, 1998). Financial performance biasanya diukur menggunakan dimensi yang berbeda beda, karena tidak bisa jika hanya menggunakan satu pengukuran hingga cukup menggambarkan seluruh aspek dari financial performance sebuah perusahaan. Penelitian ini menggunakan empat ukuran financial performance, yaitu sales growth, profitability, profit growth dan market share (Lopez, Peon, dan Ordas, 2005). Informasi keuangan merupakan data yang cukup sensitif bagi perusahaan, tidak kaget jika banyak perusahaan yang menolak memberikan informasi yang berisi indikator seperti profitabilitas dan ROI (Lopez, Peon, dan Ordas, 2005). Maka dari itu, dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan indikator tingkat kepuasan manajer terhadap financial performance dalam konteks profitability, profit growth, sales growth, dan market share dengan cara meminta manajer perusahaan untuk menjawab meliputi konteks diatas sehingga tidak perlu meminta secara langsung pengukuran objektif dari financial performance perusahaan. Pengukuran financial performance tersebut mempunyai hubungan dengan signaling theory dimana informasi keuangan perusahaan tersebut merupakan signal yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya sehingga jawaban responden mengenai financial performance perusahaan telah cukup menjadi signal bagaimana kondisi keuangan perusahaan sesungguhnya (Spence, 1973).

Pengaruh *Intellectual capital* terhadap Customer satisfaction

Menurut Syafaruddin Alwi (2001) intellectual capital dapat meningkatkan kompetensi karyawan yang akan berdampak pada kenaikan profit, kepuasan karyawan, customer satisfaction. Sedangkan Ferinnadewi dan Djati (2004) melihat dari sisi perspektif manajemen sumber daya manusia, perusahaan perlu mengembangkan intellectual capital nya agar bisa memperoleh konsumen yang loyal. Harrison dan Sullivan (2000) mengatakan usaha perusahaan untuk memaksimalkan nilai dari

intellectual capital yang dimiliki perusahaan, dapat memberikan dampak kepada kesuksesan perusahaan. Intellectual capital memberikan diversitas nilai-nilai organisasi yang berbeda-beda seperti peningkatan keuntungan, loyalitas konsumen, pengurangan biaya, dan perbaikan produktivitas. Customer satisfaction merupakan tujuan pokok dari setiap organisasi. customer satisfaction sangat tergantung pada sikap karyawan dan kualitas layanan yang diberikan kepadanya (Mehmood dan Iqbal, 2013). Banyak peneliti termasuk Hartline dan Ferrell (1996) setuju bahwa dengan meningkatkan kualitas layanan dengan menginduksi human capital yang lebih baik, seseorang dapat meningkatkan customer satisfaction.. Maka berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah :

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara intellectual capital terhadap customer satisfaction pada kantor akuntan publik di Surabaya.

Pengaruh Customer satisfaction terhadap Financial performance

Banyak studi empiris telah menemukan hubungan positif antara customer satisfaction dan financial performance (Wiele et al, 2002; Yeung et al, 2002; Anderson et al, 1994). Siklus customer loyalty meneliti bahwa customer satisfaction memiliki efek terhadap customer loyalty dan bagaimana mereka berdua memainkan peran penting dalam menentukan hasil keuangan (Loveman dan Heskett, 1999). Hubungan antara customer satisfaction dan financial performance harus positif dan semakin tinggi customer satisfaction, harus semakin baik pula ukuran financial performance (Chi dan Gursoy, 2009). Namun, sementara beberapa studi menunjukkan bahwa hubungan positif ini ada, lainnya berpendapat bahwa persepsi kualitas layanan dan customer satisfaction kadang-kadang, tetapi tidak selalu, tercermin dalam laba (Schneider, 1991). Bernhardt et al. (2000) menunjukkan bahwa hubungan yang positif dan signifikan antara perubahan customer satisfaction dan perubahan financial performance dari suatu perusahaan, namun, dalam jangka pendek, hubungan positif dan signifikan ini mungkin dikaburkan oleh banyak faktor tetapi mungkin dapat signifikan positif dalam jangka panjang. Dengan demikian, hipotesa kedua dalam penelitian ini adalah :

H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara customer satisfaction terhadap financial performance pada kantor akuntan publik di Surabaya.

Pengaruh *Intellectual capital* terhadap *Financial performance*

Menurut Stewart (1997) Dampak dari *intellectual capital* terhadap *financial performance* belum diteliti secara menyeluruh pada tingkat empiris, sehingga itu telah menyebabkan para peneliti untuk sepakat membuat kesimpulan. Pada tingkat teoritis, penulis berpendapat bahwa *intellectual capital* adalah pendorong nilai dari semua perusahaan. Di sisi lain, bukti empiris tidak dapat disimpulkan dan jauh dari tercapainya konsensus ilmiah yang kuat. Studi tentang Riahi-Belkaoui (2003) menemukan hubungan positif antara *intellectual capital* dan *financial performance* sementara Bontis et al. (2000) menyimpulkan bahwa, terlepas dari industri, pengembangan *organizational capital* memiliki dampak positif pada kinerja bisnis. Shojaei dan Baghbanyan (2010) menguji hubungan antara *Intellectual capital* dan kinerja organisasi dari Iran Industri Perbankan: Studi Kasus Kurdistan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* memiliki hubungan yang signifikan dengan *financial performance*. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesa ketiga dalam penelitian ini adalah :

H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara *intellectual capital* terhadap *financial performance* pada kantor akuntan publik di Surabaya.

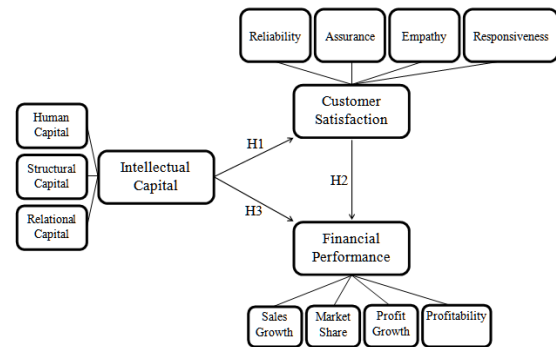
Kajian Penelitian Terdahulu

PENELITI	HASIL
Bontis <i>et al.</i> (2000)	IC berhubungan dengan FP.
Akbari <i>et al.</i> (2013)	IC signifikan dan berpengaruh positif terhadap CS, FP
Anderson <i>et al.</i> (1994)	CS memiliki hubungan positif terhadap FP
Chen <i>et al.</i> (2005)	IC berpengaruh terhadap nilai pasar dan FP
Tan <i>et al.</i> (2007)	IC signifikan dan berpengaruh positif terhadap FP
Maheran (2009)	IC berpengaruh positif terhadap FP
Wang dan Chang (2005)	IC berpengaruh positif dan signifikan terhadap CS, FP
Ulum (2009)	<i>Organizational capital</i> dan <i>Social capital</i> berpengaruh positif dengan FP

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menguji hubungan *intellectual capital* terhadap *financial performance* dengan *customer satisfaction* sebagai *intervening variable*.

Gambar 1. Model Analisis Hipotesis



Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran interval dan skala pengukuran likert. Dalam penelitian ini, digunakan 5 skala likert. Skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1 =Sangat Tidak Setuju
- 2 =Tidak Setuju
- 3 =Netral
- 4 =Setuju
- 5 =Sangat Setuju

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang disebarkan kepada kantor akuntan publik di Surabaya. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui studi pustaka dan penyebaran kuisioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah kantor akuntan publik tertutup maupun terbuka di Surabaya yang tidak diketahui jumlahnya. Berdasarkan standart penentuan jumlah sampel oleh Sugiyono (2010), maka sampel dalam penelitian ini adalah 30 kantor akuntan publik terbuka dan tertutup di Surabaya. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *sampling purposive sampling*.

Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah karyawan yang dipilih adalah setingkat supervisor atau lebih tinggi dengan lama bekerja minimal 3 tahun. Kriteria ini digunakan karena diharapkan, karyawan setingkat supervisor dan telah bekerja minimal 3 tahun, telah memiliki pemahaman yang cukup tentang perusahaan sehingga dapat mengisi kuisioner dengan tepat.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah kantor akuntan publik yang berada di Surabaya.

Kuisisioner yang dilampirkan terdiri dari tiga bagian:

- Variabel Bebas: *Intellectual capital* yang diadopsi dari Wang, 2013
- Variabel Perantara: *Customer satisfaction* yang diadopsi dari Akbari, 2013
- Variabel Terikat: *Financial performance* yang diadopsi dari Lopez, 2005.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistika PLS (*Partial Least Square*) yang merupakan bagian, sekaligus alternatif dari SEM.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kuisisioner yang berhasil dikumpulkan terdiri dari 30 kantor akuntan publik. Masing-masing perusahaan diwakili 1 hingga 3 supervisor dengan masa jabatan minimal 3 tahun. Berikut profil responden yang menjadi sampel penelitian.

Tabel 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Prosentase
Laki-laki	44,7%
Perempuan	55,3%
Total	100,00%

Tabel 2. Profil Responden Berdasarkan Usia

Lama Bekerja	Prosentase
18-25 tahun	22,35%
25-35 tahun	42,35%
35-45 tahun	23,5%
45-55 tahun	8,3%
>55 tahun	3,5%
Total	100,00%

Tabel 3. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Lama Bekerja	Prosentase
SMA	0%
Diploma	7%
S1	67%
S2	26%
S3	0%
Total	100,00%

Tabel 4. Profil Responden Berdasarkan Jabatan

Lama Bekerja	Prosentase
Staff	68%
Supervisor	24%
Manager	8%
Director	0%
Partner	0%
Total	100,00%

Data yang terkumpul kemudian ditabulasikan dan dicari nilai rata-ratanya. Untuk memperoleh rata-rata, sebelumnya peneliti menentukan interval kelas yang dicari dengan rumus:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan interval kelas diatas maka disusunlah kriteria rata-rata jawaban responden berikut ini :

Tabel 5. Kategori Rata-Rata Jawaban Responden

Interval	Kategori
4,20 < rata-rata ≤ 5,00	Sangat Setuju / Sangat Mampu
3,40 < rata-rata ≤ 4,20	Setuju / Mampu
2,60 < rata-rata ≤ 3,40	Netral / Kadang-Kadang
1,80 < rata-rata ≤ 2,60	Tidak Setuju / Tidak Mampu
1,00 < rata-rata ≤ 1,80	Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Mampu

Tabel 6. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Intellectual capital

Indikator	Mean		Kategori
Human Capital	4.282	4073	Setuju
	4.059		
	4.000		
	3.953		
Organizational Capital	4.376	4.220	Sangat Setuju
	4.141		
	4.141		
Social Capital	4.329	4.274	Sangat Setuju
	4.247		
	4.247		
	4.189		Setuju

Dari penilaian responden terhadap variable *intellectual capital*, tampak bahwa penerapan *intellectual capital* terhadap perusahaan- kantor akuntan publik di Surabaya sudah baik. Rata- rata jawaban responden menunjukkan penerapan dimensi *intellectual capital* dengan baik, bahkan sangat baik pada dimensi *organizational capital* dan *social capital*. Rata- rata paling tinggi ditunjukkan oleh dimensi *social capital*, dan terendah pada dimensi *human capital*. Secara keseluruhan, rata- rata variable *intellectual capital* adalah 4.189 yang termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 7. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Customer satisfaction

Indikator	Mean		Kategori
Reliability	4.262	4.113	Setuju
	3.964		
Assurance	4.190	4.173	Setuju
	4.155		
Responsiveness	4.250		Sangat Setuju
Empathy	3.964	4.024	Setuju
	4.083		
	4.140		Setuju

Customer satisfaction berdasarkan penilaian responden juga menunjukkan kinerja yang baik, dari *reliability*, *assurance*, *responsiveness* dan *empathy*. Rata- rata paling tinggi ditunjukkan oleh *responsiveness*, dan rata- rata terendah terdapat pada *empathy*. Secara keseluruhan, rata- rata variable customer satisfaction adalah 4.140 sehingga termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 8. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Financial performance

Indikator	Mean		Kategori
Sales Growth	4.365	4.294	Sangat Setuju
	4.224		
Market Share	3.882		Setuju
Profit Growth	4.365	4.282	Sangat Setuju
	4.200		

Profitability	4.329	4.259	Sangat Setuju
	4.188		
	4.185		Setuju

Berdasarkan penilaian responden terhadap variable financial performance, semua indikator menunjukkan hasil yang memuaskan dimana rata- rata tertinggi ditunjukkan indikator *sales growth* dan indikator terendah pada indikator *market share*. Secara keseluruhan rata- rata variable financial performance adalah 4.185 dimana termasuk dalam kategori setuju

Tabel 9. Nilai Outer Loading

	CS	FP	IC
CS1	0.611		
CS2	0.781		
CS3	0.822		
CS4	0.900		
FP1		0.841	
FP2		0.653	
FP3		0.695	
FP4		0.659	
IC1			0.850
IC2			0.782
IC3			0.570

Table 7 di atas tampak bahwa semua *outer loading* >0.50 sehingga dapat dinilai signifikan secara praktikal. Pada variable customer satisfaction, *outer loading* tertinggi tampak pada dimensi *empathy*. Pada variable financial performance, *outer loading* tertinggi tampak pada indikator *sales growth*. Sedangkan pada variable *intellectual capital*, *outer loading* tertinggi terdapat pada *human capital*.

Tabel 10. Korelasi Antar Konstruk dan Average Variance Extracted (AVE)

	Ave	Akar Ave	EP	FP	LO
CS	0.617	0.785	1		
FP	0.513	0.716	0.380	1	
IC	0.553	0.744	0.635	0.476	1

Nilai akar AVE tersebut lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

Tabel 11. Nilai Cross Loading

	EP	FP	LO
CS1	0.611	0.502	0.423
CS2	0.781	0.204	0.408
CS3	0.822	0.185	0.499
CS4	0.900	0.253	0.616
FP1	0.273	0.841	0.404
FP2	0.279	0.653	0.323
FP3	0.271	0.695	0.341
FP4	0.271	0.659	0.282

IC1	0.735	0.307	0.850
IC2	0.327	0.484	0.782
IC3	0.197	0.310	0.570

Berdasarkan table *cross loading* di atas dapat disimpulkan bahwa masing- masing indikator yang ada di suatu variabel laten memiliki perbedaan dengan indikator di variabel lain yang ditunjukkan dengan skor loadingnya yang lebih tinggi di konstruksinya sendiri. Dengan demikian, model telah mempunyai validitas diskriminan yang baik.

Tabel 12. Nilai Composite Reliability

	Composite Reliability
CS	0.863
FP	0.806
IC	0.783

Tabel 13. Nilai Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha
CS	0.784
FP	0.678
IC	0.611

Composite reliability customer satisfaction sebesar 0.863, financial performance sebesar 0.806 dan *intellectual capital* sebesar 0.783. Ketiga nilai *composite reliability* tersebut di atas 0.7. Selain itu, *cronbach's alpha* customer satisfaction menunjukkan nilai 0.784, financial performance 0.678, dan *intellectual capital* 0.611 yang juga memenuhi *rule of thumb*, yaitu di atas 0.6. Hasil ini menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini telah *reliable*.

Tabel 14. Uji Hipotesis Pertama

	RSquare
FP	0.237
CS	0.403
IC	

Nilai R^2 dalam penelitian ini adalah 0.403, menunjukkan bahwa variasi perubahan variabel customer satisfaction dapat dijelaskan oleh variabel *intellectual capital* sebesar 40,3%. Nilai R^2 0.237 menunjukkan bahwa variasi perubahan variabel financial performance dapat dijelaskan oleh variabel customer satisfaction dan *intellectual capital* sebesar 23,7%.

Total nilai R^2 di atas dapat digunakan untuk menghitung secara manual *goodness of fit (GOF)* model. Dari nilai R^2 di atas, maka nilai $Q^2 = 1 - (1 - 0.403) \times (1 - 0.237) = 0.5445 = 54,45\%$. Dengan demikian model yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan informasi yang terkandung dalam data sebesar 54,45%.

Tabel 15. Uji Hipotesis Pertama

	Original Sample (O)	TStatistics (OSTERR)
IC->CS	0.635	12.290

Intellectual capital berpengaruh positif signifikan terhadap customer satisfaction dilihat dari nilai koefisien yang dihasilkan adalah positif sebesar 0,635 dengan nilai T-statistics lebih dari 1,96 yaitu sebesar 12,290. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama "Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara intellectual capital terhadap customer satisfaction pada kantor akuntan publik di Surabaya" diterima.

Tabel 16. Uji Hipotesis Kedua

	Original Sample (O)	TStatistics (OSTERR)
CS->FP	0.131	1.192

Customer satisfaction berpengaruh positif tidak signifikan terhadap financial performance dilihat dari nilai koefisien yang dihasilkan adalah positif sebesar 0,131 dengan nilai T-statistics kurang dari 1,96 yaitu sebesar 1,192. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua "Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara customer satisfaction terhadap financial performance pada kantor akuntan publik di Surabaya" ditolak.

Tabel 17. Uji Hipotesis Ketiga

	Original Sample (O)	TStatistics (OSTERR)
IC->FP	0.393	3.387

Intellectual capital berpengaruh positif signifikan terhadap financial performance dilihat dari nilai koefisien yang dihasilkan adalah positif sebesar 0,393 dengan nilai T-statistics lebih dari 1,96 yaitu sebesar 3,387. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga "Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara intellectual capital terhadap financial performance pada kantor akuntan publik di Surabaya" diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan intellectual capital terhadap customer satisfaction. Hal ini mendukung penelitian Akbari (2013) bahwa intellectual capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction. Direkomendasikan bahwa organisasi harus membayar perhatian yang besar terhadap dimensi intellectual capital untuk mencapai customer satisfaction yang merupakan bagian dari kinerja perusahaan yang optimal terkait dengan perhatian dimensi intellectual capital. Hasil hipotesis ini konsisten

dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinai et al (2011), Fetres dan Beygi (2010), Shojaei dan Baghbanyan (2010), Talebi et al (2011), Abdullah dan Sofian (2012), Tovestiga dan Tulugurova (2007), Huang dan Hsueh (2007). Hal ini dikarenakan intellectual capital khususnya human capital dapat meningkatkan kualitas hasil output dari kantor akuntan publik sehingga dapat meningkatkan customer satisfaction (Supranto, 2001).

Dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis kedua, yaitu customer satisfaction berpengaruh positif terhadap financial performance. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Anderson (1994) yang juga menemukan adanya hubungan positif customer satisfaction terhadap financial performance. Namun, pengaruh yang diberikan customer satisfaction terhadap financial performance perusahaan sangat kecil bila dibandingkan dengan pengaruh intellectual capital terhadap customer satisfaction. Hal ini dapat dipengaruhi oleh karakteristik sektor kantor akuntan publik, yang dimana pada sektor kantor akuntan publik, klien memilih jasa audit berdasarkan reputasi perusahaan (Ismail, et al., 2006) sehingga pengaruh customer satisfaction yang diberikan terhadap financial performance tidak terlalu besar mengingat tidak berhubungan langsung.

Dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis ketiga, yaitu intellectual capital berpengaruh positif terhadap financial performance. Hubungan intellectual capital terhadap financial performance adalah positif dan signifikan, dilihat dari original sample sebesar 0,393 dan hasil t-statistic sebesar 3,387. Hal ini mendukung penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bontis (2000), Akbari (2013), Anderson (1994), Chen (2005), Wang (2005), Maheran (2009).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa dengan menggunakan PLS, maka hasil kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara intellectual capital terhadap customer satisfaction pada kantor akuntan publik di Surabaya, sehingga hipotesis pertama diterima.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara customer satisfaction terhadap financial performance pada kantor akuntan publik di Surabaya, sehingga hipotesis kedua ditolak.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara intellectual capital terhadap financial performance pada kantor akuntan publik di Surabaya, sehingga hipotesis ketiga diterima.

Saran

Hasil penelitian ini, menyatakan bahwa intellectual capital yang baik dapat meningkatkan customer satisfaction secara signifikan, namun customer satisfaction yang baik yang dilihat dari dimensi reliability, assurance, responsiveness dan empathy dari persepsi karyawan perusahaan hanya dapat memberikan sedikit kontribusi terhadap financial performance pada kantor akuntan publik yaitu 23,7%. Hal ini menunjukkan customer satisfaction sebagai variabel intervening bukan alasan utama para penyewa jasa audit untuk memilih kantor akuntan publik, melainkan faktor - faktor lainnya seperti kualitas hasil audit, reputasi, relasi dan sebagainya sehingga kantor akuntan publik tidak perlu berfokus pada 4 dimensi customer satisfaction ini. Namun kantor akuntan publik harus memperhatikan intellectual capital yang baik, karena secara signifikan dapat meningkatkan financial performance kantor akuntan publik, hal ini disebabkan perusahaan memiliki sumber daya manusia yang semakin baik sehingga dapat membuat hasil audit yang akurat, relasi yang kuat sehingga dapat mendapatkan banyak klien dan sebagainya.

Keterbatasan Penelitian

Variabel intervening pada penelitian ini menunjukkan bahwa *customer satisfaction* kurang tepat untuk menjembatani pengaruh *intellectual capital* terhadap *financial performance* pada kantor akuntan publik sehingga penelitian ini kurang memberi manfaat kepada perusahaan. Selain itu keterbatasan pada *customer satisfaction* yang dilihat dari persepsi karyawan perusahaan sehingga data yang kami peroleh kurang murni dari klien yang seharusnya bersangkutan. Objek penelitian yang terbatas pada kantor akuntan publik di Surabaya, hal ini hanya menunjukkan sifat dan perilaku masyarakat di Surabaya yang masih belum global. Jika penelitian ini dilaksanakan disektor dan wilayah yang berbeda ada kemungkinan hasil output penelitian yang berbeda.

DAFTAR REFERENSI

Abidin. (2000). Upaya Mengembangkan Ukuran – ukuran Baru. *Media Akuntansi*, 7, 46-47

- Adler, P.S., and Kwon. S. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Ahmed, I., Nawaz, M. M., Usman, A., Shaukat, Z. M., Ahmad, N. and Iqbal, H. (2010). Impact of Service Quality on Customer's Satisfaction: Empirical Evidence from Telecom Sector of Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary research in Business*, 1, 98-113.
- Akbari, P. (2013). The Analysis Impact of Human Resource Management and Intellectual Capital on Organizational Performance of Iran. *International Journal of Sport Studies*, 3(3), 263-273.
- Alhemoud, A. N. (2010). Banking in Kuwait: a Customer Satisfaction Case Study. *International Business Journal*, 20, 333-342.
- Anderson, E., Fornell, C. and Lehmann, D. (1994). Customer satisfaction and word of mouth. *Journal of Service Marketing*, 1(1), 5-17.
- Appiah-Adu, K., and Singh, S. (1998). Customer Orientation and Performance: A study of SMEs. *Management Decision*, 36, 286-387.
- Bernhardt, K., Donthu, N., and Kennett, P. (2000). A Longitudinal Analysis of Satisfaction and Profitability. *Journal of Business Research*, 47, 161-171.
- Bierly, P.E., and Daly, P.S. (2007). Alternative Knowledge Strategies, Competitive Environment, and Organizational Performance in Small Manufacturing Firms, Entrepreneurship. *Theory and Practice*, 31(4), 493-516.
- Bontis, N. (1998). Intellectual Capital: An Exploratory Study that Develops Measures and Model. *Management Decision*, 36(2), 63-76.
- Bontis, N. (1998). Intellectual Capital: an Exploratory Study that Develops Measures and Models. *Management Decision*, 36, 63-76.
- Bontis, N., Keow, W.C.C and Richardson, S. (2000). Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1, (1), 85-100.
- Cabrita, M.R., and Bontis N. (2008). Intellectual capital and business performance in the Portuguese banking industry. *Int. J. Technology Management*, 43, 1-3.
- Chen, M.C., Cheng, S., and Hwang Y.C. (2005). An Empirical Investigation of The Relationship Between Intellectual Capital and Firm's Market Value and Financial Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 159-176.
- Christina, G.C., and Gursoy, D. (2009). Employee satisfaction, customer satisfaction, and financial performance: An empirical examination. *International Journal of Hospitality Management*, 28(2009), 245-253.
- Cooper, D.R., and Emory, C.W. (1996). Metode Penelitian Bisnis (Widyono Soetjipto). Jakarta: Erlangga.
- Dess, G. G., and Shaw, J. D. (2001). Voluntary Turnover, Social Capital, and Organizational Performance. *Academy of Management Review*, 26, 446-456.
- Edvinsson, L., Hoffman-Bang, P., and Jacobsen, K. (2005). Intellectual capital in waiting – a strategic IC challenge. *Handbook of Business Strategy*, 6(1), 133-140.
- Ferrinadewi, E., and PantjaDjati, S. (2004). Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen and Kewirausahaan*, 6(1), 15 – 26.
- Firer, S. And Williams, S. M. (2003), Intellectual Capital and Traditional Measures of Corporate Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 4, 348-360
- Ghahremani, A.G.H., and Kohan, M. (2013). Intellectual capital and human resources management. *Newspaper of world economy*, 2798, 28.
- Giese, J. L. and Cote, J.A. (2002). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 2000.
- Halim, A. (2003). Auditing 1 Dasar-Dasar Audit Laporan keuangan. Unit Penerbit : AMP YKPN.
- Harrison, S., and Sullivan, P.H. (2000). Profiting from intellectual capital: Learning from leading companies. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 33- 46.
- Hartline, M., and Ferrell, O.C. (1996). The Management of Customer-Contact Service Employees: An Empirical Investigation. *Journal of Marketing*, 60, 52-70.
- Heinonen, J., and Korvela, K. (2003). How about measuring Entrepreneurship. *Turku School of Economics and Business Administration* 1-18. Finland: Turku.
- Hunt, S.D. (1997). Resource-advantage theory: an evolutionary theory of competitive firm behavior. *Journal of Economic Issues*, 31, 59-77.
- Ismail, S., Haron, H., Ibrahim, D.N., and Isa, S.M. (2006). Service quality, client satisfaction and loyalty towards audit firms, perceptions of Malaysian public listed companies. *Managerial Auditing Journal*, 21, 738-756.
- Iltner, C. D. and Larcker, D. F. (1998). Innovations in Performance Measurement: Trends and Research Implications. *Journal of*

- Management Accounting Research*, 10, 205–38.
- Jamal, A., and Naser, K. (2003). Factors influencing customer satisfaction in the retail banking sector in Pakistan. *International Journal of Commerce and Management*, 13 (2), 29-53.
- Jogiyanto and Abdilah, W. (2009). *Konsep dan aplikasi PLS (Partial Least square) untuk penelitian empiris*. Yogyakarta: BPFPE Yogyakarta.
- Loveman, G., and Heskett, J. (1999). Service profit chain research. In: McCraw, T., Cruikshank, J. (Eds.), *The Intellectual Venture Capitalist*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Maheran, N., and Nik, M. (2009). Intellectual Capital Efficiency and Firm's Performance: Study on Malaysian Financial Sectors. *International Journal of Economics and Finance*, 1(2), 206-212.
- Margono, S. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Neely, A.D. (2005). Defining performance measurement: adding to the debate. *Perspectives on Performance*, 4(2), 14-15.
- Nindita, C., and Siregar S.V. (2012). Analisis Pengaruh Ukuran Kantor Akuntan Publik Terhadap Kualitas Audit di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 14(2), 91-104.
- Ongkorahardjo, M. D. P. A., Susanto, A. and Rachmawati, D. (2008). Analisa Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10, 11-21.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithaml, V.A. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithaml, V.A. (1988). SERVQUAL: A-Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 6, 12-40.
- Pulic, A. (2001). Value creation efficiency analysis of Croatian banks, 1996-2000.
- Pourkiani, M., Sheikhy, A. and Daroneh, M. S. (2014). Importance and Status of Intellectual Capital in Knowledge Economy. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 4, 512-518
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riahi-Belkaoui, A. (2003). Intellectual Capital and Firm Performance of US Multinational Firms: A Study of the Resource-Based and Stakeholder Views. *Journal of Intellectual Capital*, 4, 215 - 226
- Rose and Barrons. (2005). The Effect of Disclosing Intellectual Capital (The Core Asset for the Third Millennium Economic entities) on the Internal and External Financial Statements. Users.
- Rust, R.T., Moorman, C., and Dickson, P.R. (2002). Getting Return on Quality: Revenue Expansion, Cost Reduction, or Both. *Journal of Marketing*, 65, 7-24.
- Sawarjuwono, T., and Kadir, P.A. (2003). Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran, dan Pelaporan (Sebuah Library Research). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5, 35-57.
- Schneider, B. (1991). Service quality and profits: can you have your cake and eat it too. *Human Resource Planning*, 14, 151–157.
- Shojaei, A. and Baghbanian, M. (2009). The Relationship Between Intellectual Capital and Organizational Performance of Banking Industry in Iran : Case Study Kurdistan. *Journal of Management*, 4, 107-117
- Simamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Sohrabi, B., and Derami H. (2010). Knowledge management (approach to MBA). *Publisher: of Samt, 1th ed.*
- Spence, M. (1973). Job Marketing Signalling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87, 355-374.
- Stewart, T.A. (1997). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*, Doubleday / Currency. New York: NY.
- Subramaniam, M., and Youndt, M. A. (2005). The Influence of Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities. *Academy of Management Journal*, 48 (No. 3), 450-463.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Rineka Cipta
- López, S. P., Peón, J. M. M. and Ordás, C. J. V. (2005). Organizational Learning as a Determining Factor in Business Performance. *The Learning Organization*, 12, 227- 245.
- Syafaruddin, A. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Strategi Keunggulan Kompetitif. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFPE.
- Tan, H.P, Plowman, D., and Hancock, P. (2007). Intellectual Capital and Financial Returns of Companies. *Journal of Intellectual Capital*, 8(1), 76-95.
- Ulum, I.M.D. (2009). *Audit Sektor Publik Suatu Pengantar*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Wang, D. C. S. (2013). Does intellectual capital matter? High-performance work systems and bilateral innovative capabilities. *International Journal of Manpower*, 34, 861 - 879
- Wang, W.Y., and Chang, C. (2005). Intellectual Capital and Performance in Causal Models: evidence from the information technology industry in Taiwan. *Journal of intellectual capital*, 6(2), 22 – 36.
- Wheelen, T.H., and Hunger, J.D. (2004). Strategic Management and Business Policy. 9th Ed. Upper saddle River, N.J: Pearson, Prentice Hall, Int. Editions, USA.
- Wiele, T., Boselie, P. and Hesselink, M. (2002). Empirical evidence for the relationship between customer satisfaction and business performance. *Managing Service Quality*, 12(3), 184-93.
- Yeung, M., Ging, L. and Ennew, C. (2002). Customer satisfaction and profitability: a reappraisal of the nature of the relationship. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11(1), 24-33.
- Zikmund, Babin, Carr, and Griffin. *Business Research Methods 8th Edition*.