

**KUALITAS PENGUNGKAPAN *INTELLECTUAL CAPITAL* PADA
PERUSAHAAN MEDIA TERBESAR YANG *LISTING* DI BURSA
EFEK INDONESIA
PERIODE 2014**

Maria Febriana Saptardi

Jurusan Akuntansi/Fakultas Bisnis dan Ekonomika

febrianamaria02@gmail.com

Abstrak - Aset tidak berwujud merupakan salah satu komponen yang mulai diperhatikan oleh investor dalam menentukan nilai sebuah perusahaan. Meskipun wujud dari aset ini tidak tampak akan tetapi keberadaannya memberikan nilai tersendiri bagi perusahaan. Aset tidak berwujud merupakan sumber daya perusahaan yang berharga dan menggambarkan hak istimewa yang dapat digunakan perusahaan untuk menciptakan pendapatan di masa depan. Aset berwujud dan aset tidak berwujud merupakan satu kesatuan atau dapat dikatakan bahwa keduanya sama pentingnya dan sama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada era modern ini, persaingan yang ketat dalam dunia bisnis yang membuat perusahaan perlu mengubah strategi bisnis dari *labor basic business* (bisnis berdasarkan tenaga kerja) menjadi *knowledge business* (bisnis berdasarkan pengetahuan). Pengetahuan dinilai penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, meskipun *intellectual capital* terdengar masih asing dalam dunia bisnis (terutama di Indonesia). Namun tidak dapat dipungkiri bahwa peran salah satu aset tidak berwujud ini (*intellectual capital*) sangat vital dalam sebuah perusahaan. Pelaporan *intellectual capital* oleh perusahaan akan mendukung relevansi nilai laporan keuangan, dimana informasi tersebut dibutuhkan oleh para investor dan pihak lain yang berkepentingan untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan secara lebih akurat. Hasil dari penelitian ini adalah ternyata kualitas pengungkapan aset tidak berwujud pada ketiga perusahaan media masih kurang. Dimana pengungkapan yang dilakukan hanya sebatas informasi umum dan informasi kualitatif saja. Pengungkapan pada laporan tahunan juga lebih baik dibandingkan pengungkapan pada *website* perusahaan.

Kata kunci : Aset tidak berwujud, modal intelektual

Abstract - *The intangible assets is one component of which is beginning to be noticed by investors to determine value of a company. Although the*

appearance of these assets was invisible but its existence gived value to the company. The intangible assets are valuable resources of the company and describes the privileges that can be used by companies to create revenue in the future. Tangible assets and intangible assets constitute a single entity or it can be said that both are equally important and equally influential on the value of the company. Nowadays, the intense competition in the business world makes the company needs to change the basic business strategy of labor business (business based labor) into business knowledge (business based on knowledge). Knowledge is considered important for the survival of the company, although it still sounds foreign intellectual capital in the business world (especially in Indonesia). But it is undeniable that the role of one's intangible assets (intellectual capital) is vital in a company. Reporting intellectual capital by the company will support the value relevance of financial statements, in which the information is required by investors and other interested parties to determine the company's financial position more accurately. Results from this study is evidently the quality of disclosure of intangible assets in the three media companies is still lacking. Where disclosing the conducted only limited general information and qualitative information. The disclosure in the annual report was also better than the disclosure on the company's website.

Keywords : Intangible Asset, Intellectual Capital

PENDAHULUAN

Aset merupakan hal yang selalu menyatu dengan sebuah perusahaan, karena tidak ada perusahaan yang tidak memiliki aset. Bagi sebuah perusahaan aset adalah bagian yang paling strategis didalam manajemen perusahaan. Perusahaan dapat dikatakan berjalan dengan baik apabila perusahaan memiliki aset yang memadai, oleh sebab itu hal ini juga yang pada akhirnya dapat meyakinkan para *stakeholder*. Seiring dengan berjalannya waktu aset tidak hanya berupa hal-hal yang tampak, seperti tanah, gedung, kendaraan, mesin, dan lain sebagainya tetapi aset perusahaan juga bisa berupa hal yang tidak tampak atau dalam istilah akuntansi disebut dengan aset tidak berwujud (*Intangible Asset*). Layaknya aset berwujud maka aset tidak berwujud ini juga sama pentingnya, karena dengan adanya aset tidak berwujud yang dimiliki oleh perusaha maka perusahaan akan

menerima manfaat lebih dan hal ini juga dapat menentukan nilai perusahaan. Erawati dan Sudana (2009) menyatakan bahwa *intangible asset* bersama dengan *tangible asset* merupakan suatu kesatuan yang menentukan nilai perusahaan dan mempengaruhi nilai keuangan perusahaan.

Perkembangan nilai aset tidak berwujud di Amerika memiliki tren yang positif. Pada tahun 1970-an rasio *market value to book value* di Amerika yang dilaporkan oleh Standard and Poor adalah 1:1, tetapi pada tahun 2000 rasio ini telah melebar menjadi 6:1. Pada tahun 2000-an nilai aset tidak berwujud mendominasi nilai pasar perusahaan di pasar modal Amerika. Aset tidak berwujud tersebut bernilai sekitar 80% dari nilai pasar perusahaan (Harrison and Sullivan, 2008). Oleh karena itu sejak tahun 2000-an banyak perusahaan secara sukarela mempublikasikan informasi mengenai aset tidak berwujud mereka (Abeysekera dan Guthrie, 2005; Khadaroo, 2005; Guthrie *et al.*, 2006). Hal ini juga terkait dengan persaingan yang ketat dalam dunia bisnis yang membuat perusahaan perlu mengubah strategi bisnis dari *labor basic business* (bisnis berdasarkan tenaga kerja) menjadi *knowledge business* (bisnis berdasarkan pengetahuan). Pada saat ini pengetahuan dinilai penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, meskipun *intellectual capital* terdengar masih asing dalam dunia bisnis (terutama di Indonesia). Namun tidak dapat dipungkiri bahwa peran *intellectual capital* sangat vital dalam sebuah perusahaan. Hal ini disebabkan perusahaan mulai menyadari pentingnya *intellectual capital* untuk menjadikan perusahaan lebih unggul. Pelaporan *intellectual capital* oleh perusahaan akan mendukung relevansi nilai laporan keuangan, karena informasi tersebut dibutuhkan oleh para investor dan pihak lain yang berkepentingan untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan secara lebih akurat. Hal tersebut juga didukung oleh salah satu *statement* yang menyatakan bahwa pengungkapan tersebut menjadi salah satu indikator dalam mengevaluasi sehat atau tidaknya keuangan sebuah entitas usaha (Sawarjuwono, Tjiptohadi dan Kadir, 2003).

Kecukupan informasi dalam pengungkapan aset tidak berwujud sangat penting, karena ketika perusahaan mengungkapkan aset tidak berwujud, perusahaan akan menerima beberapa manfaat. Ada tiga alasan penting mengapa perusahaan perlu mengungkapkan aset tidak berwujudnya. Pertama, untuk memperbaiki informasi kepada *stakeholder* mengenai *real value* dan kinerja masa depan perusahaan. Kedua, untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen, *shareholder*, dan investor. Ketiga, untuk meningkatkan modal, meningkatkan reputasi perusahaan, dan mempengaruhi harga saham. (Andriessen,2004)

Penelitian mengenai pengungkapan *intangible asset* pada penelitian sebelumnya telah dibahas oleh Gerpott, Thomas,dan Hoffmann (2008), namun penelitian sebelumnya lebih memfokuskan pada perusahaan telekomunikasi. Pada penelitian kali ini perusahaan yang akan dibahas adalah perusahaan media, dimana perusahaan media ini juga memiliki aset tidak berwujud yang cukup besar. Hal ini dibuktikan dengan adanya aset tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan Elang Media Teknologi Tbk (EMTEK) pada tahun 2014 sebesar 15,89 % dari total aset dan 49,07% dari aset tidak lancar yang dimilikinya (sumber : laporan keuangan tahunan EMTEK 2014). Perusahaan Visi Media Asia Tbk (VIVA) juga memiliki aset tidak berwujud yang cukup besar, yaitu sebesar 9,76% dari total aset yang dimilikinya dan 19,40% dari aset tidak lancar yang dimilinya (sumber : laporan keuangan tahunan VIVA 2014). Fakta-fakta tersebut menunjukkan bahwa perusahaan media memiliki beberapa aset tidak berwujud yang cukup besar, diantaranya adalah terkait inovasi produk, *brand* , kualitas tayangan, dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini juga akan menyertakan perbandingan pengungkapan aset tidak berwujud yang terdapat dalam laporan tahunan dan juga website perusahaan, dimana kemudian peneliti akan membandingkan bagaimana kualitas pengungkapan pada laporan tahunan dan juga pada website. Penelitian ini juga hanya befokus membahas mengenai kualitas pengungkapan *intellectual capital* pada 3 perusahaan media terbesar di

Indonesia yang telah *listing* di Bursa Efek Indonesia, yaitu EMTEK, MNCN, dan VIVA. Skala yang dipakai untuk menentukan adalah total aset yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan media yang telah *listing* di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini hanya sebagai sarana untuk memberikan informasi mengenai kualitas pengungkapan *intellectual capital* pada perusahaan media dan tidak bertujuan untuk memecahkan masalah yang ada pada suatu entitas usaha. Dimana *main research question* pada penelitian ini adalah : **Bagaimana kualitas pengungkapan *intellectual capital* pada 3 perusahaan media terkemuka di Indonesia yang telah *listing* di BEI?** Untuk itu dibuat *mini research question* untuk menjawab *main research question* sebagai berikut :

1. Bagaimana pengungkapan *intellectual capital* pada Badan Usaha media di Indonesia ?
2. Bagaimana kecukupan informasi pengungkapan *intellectual capital* pada laporan tahunannya?
3. Bagaimana kecukupan informasi pengungkapan *intellectual capital* pada website perusahaan?
4. Bagaimana kecukupan informasi pengungkapan *intellectual capital* pada ketiga perusahaan media secara keseluruhan?

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Menurut Nahapiet dan Goshal (1998; dalam Sugeng, 2000), *intellectual capital* adalah sesuatu yang mengacu kepada pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu kolektivitas sosial, seperti sebuah organisasi, komunitas intelektual, atau praktek profesional, dimana modal intelektual mewakili sumber daya yang bernilai dan kemampuan untuk bertindak yang didasarkan pada pengetahuan. Pada dasarnya *intellectual capital* merupakan bagian dari *intangible asset*, akan tetapi *intangible asset* yang dimaksudkan disini bukan yang biasa didefinisikan sebagai aset. *Intellectual capital* tidak bisa didefinisikan sebagai aset karena tidak memenuhi tiga syarat untuk dapat disajikan dalam laporan keuangan, yaitu *measurement*, *valuation*, dan *recording*. Hal tersebut menjadikan

intellectual capital tidak dapat disajikan dalam laporan keuangan, akan tetapi karena *intellectual capital* memiliki kriteria aset maka *intellectual capital* dapat di-*disclose* dalam laporan keuangan.

Modal intelektual atau *intellectual capital* pada dasarnya memiliki berbagai definisi dalam teori-teori ekonomi yang berbeda. Oleh sebab itu ada beberapa pengertian *intellectual capital* menurut beberapa ahli. Klein dan Prusak (1994) menyatakan apa yang kemudian menjadi standar pendefinisian *intellectual capital*, yang kemudian dipopulerkan oleh Stewart (1997). Menurut Stewart (1997) definisi *intellectual capital* adalah suatu sumber daya berupa pengetahuan yang didukung oleh proses informasi untuk menjalin hubungan dengan pihak luar sehingga menghasilkan aset yang bernilai tinggi dan manfaat ekonomi di masa mendatang bagi perusahaan. Sedangkan menurut Mavridis (2005) definisi *intellectual capital* adalah suatu aset tidak berwujud yang mempunyai kemampuan untuk memberikan nilai bagi perusahaan dan masyarakat yang meliputi hak paten, hak cipta dan waralaba, serta hak atas kekayaan intelektual. Penelitian Edvinsson dan Malone (1997) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai suatu model yang terdiri dari tujuh kategori didalamnya. Ketujuh kategori tersebut diantaranya adalah :

1) *Human Capital*

Nilai aset tidak berwujud yang berhubungan dengan orang-orang yang bekerja dalam suatu entitas tersebut, seperti tingkat pendidikan karyawan, pengetahuan, keterampilan, kompetensi dalam memimpin, kualitas suasana kerja, dan juga tingkat *turnover* karyawan.

2) *Customer Capital*

Nilai aset tidak berwujud yang berhubungan dengan sisi penjualan suatu entitas. Hal tersebut meliputi daftar pelanggan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, kekuatan merek, dan juga kontrak penjualan jangka panjang.

3) *Supplier Capital*

Serupa dengan *customer capital* nilai aset tidak berwujud berhubungan dengan sisi penawaran dari suatu entitas, misalnya kontrak dengan pemasok yang menguntungkan atau pengembangan strategi kooperatif dengan pemasok.

4) *Investor Capital*

Nilai aset tidak berwujud yang berhubungan dengan kegiatan pembiayaan suatu entitas, misalnya kondisi yang menguntungkan dalam penyediaan modal, peringkat kredit yang baik atas modal utang yang ada, apresiasi yang tinggi terhadap saham perusahaan di pasar modal karena kegiatan hubungan dengan investor yang baik.

5) *Process Capital*

Nilai aset tidak berwujud yang berhubungan dengan organisasi entitas, terutama dalam hal struktur dan proses. Hal tersebut meliputi distribusi dan atau jaringan komunikasi yang berfungsi dengan baik, serta prosedur manajemen mutu yang efektif.

6) *Location Capital*

Nilai aset tidak berwujud yang dihasilkan dari lokasi suatu entitas, misalnya infrastruktur transportasi yang baik untuk orang dan barang, keuntungan pajak daerah, standar keamanan dan keselamatan yang tinggi.

7) *Innovation Capital*

Nilai aset tidak berwujud yang terkait dengan inovasi dalam produksi, layanan, atau proses dalam sebuah entitas. Hal tersebut dapat berupa perangkat lunak baru, paten, film, atau resep.

DESAIN PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menjawab *research question* yang telah dibuat sebelumnya dengan tujuan untuk mengetahui kualitas pengungkapan modal intelektual pada tiga perusahaan media terbesar di Indonesia. Peneliti menggunakan laporan tahunan dan *website* periode 2014

pada tiga perusahaan media terkemuka di Indonesia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian. Desain studi yang digunakan oleh peneliti adalah desain studi kualitatif yang terdiri dari sumber data, metode pengumpulan, dan analisis data, serta aspek-aspek praktis dan justifikasi dari setiap *mini research question*.

Metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh jawaban dari setiap *mini research question* adalah melalui analisis dokumen. Pada metode ini peneliti melakukan aktivitas pengamatan terhadap laporan tahunan tiga perusahaan media terbesar di Indonesia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia dan juga pada *website* resmi ketiga perusahaan media tersebut. Hasil dari pengamatan yang diperoleh tersebutlah yang kemudian akan diolah untuk menentukan kualitas pengungkapan aset tidak berwujud pada ketiga perusahaan media tersebut.

Tabel 1 Desain Studi

<i>Main Research Question :</i>				
Bagaimana kualitas pengungkapan <i>intellectual capital</i> pada tiga perusahaan media terkemuka di Indonesia yang <i>listing</i> di Bursa Efek Indonesia?				
Pertanyaan Penelitian	Sumber Data	Metode	Aspek-aspek Praktis	Justifikasi
<i>Mini Research Question</i> 1: Bagaimana pengungkapan <i>intellectual capital</i> pada Badan Usaha media di Indonesia.	Laporan tahunan, <i>website</i> , <i>yahoo finance</i> , dan sumber-sumber terkait Badan Usaha media.	Analisis data	Dilakukan dengan mengamati dan menganalisis data pada laporan tahunan dan juga pada <i>website</i> periode 2014.	Analisis data pada laporan tahunan dan <i>website</i> serta data-data terkait dilakukan untuk mengetahui bagaimana perusahaan-perusahaan media di Indonesia mengungkapkan <i>intellectual capital</i> yang dimilikinya.
<i>Mini Research Question</i> 2: Bagaimana kecukupan informasi pengungkapan <i>intellectual capital</i> pada laporan tahunannya ?	1. Laporan tahunan tiga perusahaan media (MNCN, EMTEK, dan VIVA) yang <i>listing</i> di BEI periode 2014 . 2. Kategori <i>Intellectual capital</i> dari penelitian Edvinson dan Malone.	Analisis data	Dilakukan dengan menganalisis data pada laporan tahunan perusahaan pada periode 2014 selama beberapa bulan.	Analisis data pada laporan tahunan pada ketiga perusahaan media tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana ketiga perusahaan media itu mengungkapkan <i>intellectual capital</i> yang dimilikinya dengan dasar penelitian Edvinsson dan Malone, sehingga dapat menilai bagaimana kualitas perusahaan tersebut mengungkapkannya dan juga kesesuaian kriteria yang diungkapkan berdasarkan penelitian Edvinsson dan Malone.

<p><i>Mini Research Question 3:</i> Bagaimana kecukupan informasi pengungkapan <i>intellectual capital</i> pada <i>website</i> perusahaan?</p>	<p>1. <i>Website</i> tiga perusahaan media (MNCN, EMTEK, dan VIVA) yang <i>listing</i> di BEI. 2. Kategori <i>Intellectual capital</i> dari penelitian Edvinson dan Malone.</p>	<p>Analisis data</p>	<p>Dilakukan dengan menganalisis data pada <i>website</i> perusahaan selama beberapa bulan.</p>	<p>Analisis data pada <i>website</i> resmi ketiga perusahaan media tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana ketiga perusahaan media itu mengungkapkan <i>intellectual capital</i> yang dimilikinya dengan dasar penelitian Edvinsson dan Malone, sehingga dapat menilai bagaimana kualitas perusahaan tersebut mengungkapkannya dan juga kesesuaian kriteria yang diungkapkan berdasarkan penelitian Edvinsson dan Malone.</p>
<p><i>Mini Research Question 4:</i> Bagaimana kecukupan informasi pengungkapan <i>intellectual capital</i> pada ketiga perusahaan media tersebut secara keseluruhan?</p>	<p>Analisis dari <i>mini research question</i> kedua dan ketiga</p>		<p>Analisis data pada <i>website</i> pada ketiga perusahaan media tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana ketiga perusahaan media itu mengungkapkan <i>intellectual capital</i> yang dimilikinya dengan dasar penelitian Edvinsson dan Malone, sehingga dapat menilai bagaimana kualitas perusahaan tersebut mengungkapkannya dan juga kesesuaian kriteria yang diungkapkan berdasarkan penelitian Edvinsson dan Malone.</p>	

PEMBAHASAN

Objek pada penelitian ini adalah 3 perusahaan media terbesar di Indonesia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, yaitu EMTEK, MNCN, dan VIVA. Kualitas pengungkapan *intellectual capital* akan dilihat melalui bagaimana perusahaan-perusahaan tersebut mengungkapkannya pada laporan tahunan dan juga *website* resmi perusahaan. Penentuan kualitas akan dilihat berdasarkan score yang diberikan pada setiap aspek, dimana score yang diberikan juga berdasarkan ketentuan yang ada serta melibatkan *judgement* pribadi dari peneliti. Pemberian score pada dibuat berdasarkan referensi dari jurnal acuan yang dipakai oleh peneliti. Pada penelitian Gerpot, J Gerpot., Thomas, Sandra E. dan Hoffmann, Alexander P (2008) . Dimana pada jurnal tersebut pemberian nilai atas pengungkapannya adalah sebagai berikut :

- Score 0 : Jika tidak ada informasi apapun yang diungkapkan.
- Score 1 : Jika informasi yang diungkapkan hanya informasi umum saja dan tidak terlalu detail.
- Score 2 : Jika informasi yang diungkapkan berupa informasi yang dijabarkan/ dijelaskan secara narasi (kualitatif) atau informasi yang dijelaskan dengan angka / nominal (kuantitatif).
- Score 3 : Jika informasi yang diungkapkan adalah informasi yang lengkap dan detail, dimana ada penjelasan dan penjabaran dengan narasi (kualitatif) dan dengan angka/ nominal (kuantitatif).

Tabel 2

Tabel Penilaian Laporan Tahunan

	EMTK	MNCN	VIVA
Human Capital	2	2	1
Customer Capital	2	2	2
Supplier Capital	0	1	1
Investor Capital	1	2	1
Process Capital	1	2	1
Location Capital	0	0	0
Innovation			
Capital	1	2	1

Tabel 3

Tabel Keterangan Penilaian Laporan Tahunan

	EMTEK	MNCN	VIVA
Human Capital	<p>Mengungkapkan secara kualitatif mengenai komposisi tingkat pendidikan karyawan dalam perusahaan. Pengungkapan tersebut juga disertai dengan tabel dan juga grafik sehingga memudahkan pembaca dalam mengidentifikasi rata-rata tingkat pendidikan karyawan yang bekerja di EMTEK. Pada website perusahaan juga mengungkapkan bahwa EMTEK memperhatikan suasana kerja dalam lingkungan perusahaan, hal tersebut dilakukan karena manajemen mempercayai bahwa karyawan / tenaga kerja yang dimiliki adalah fondasi kesuksesan sebuah bisnis. Dalam hal ini perusahaan juga memperhatikan perilaku dan sikap karyawan yang akan diterima bekerja di perusahaan, EMTEK hanya akan mempekerjakan karyawan yang memiliki perilaku yang</p>	<p>Dalam hal ini MNCN mengungkapkan jumlah karyawannya beserta tingkat pendidikan karyawan tersebut dan juga menyertakan data tahun lalu dan data tahun ini (tahun 2014) sehingga dapat diketahui peningkatan jumlah karyawan yang berlatar belakang pendidikan sarjana (tahun 2013 sejumlah 4,017 atau 60.9% dan tahun 2014 sejumlah 4,533 atau 64.37%) serta pengurangan karyawan yang berlatar belakang bukan sarjana dan diploma (tahun 2013 sejumlah 1,268 atau 19.2% dan tahun 2014 sejumlah 1,184 atau 16.81%). Dalam hal ini MNCN juga mengintegrasikan pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) yang merupakan mesin penggerak utama dari strategi bisnis, dimana kekayaan intelektual adalah pendorong utama dan perseroan menyadari bahwa SDM</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum dalam bentuk tabel mengenai jumlah karyawan yang dimiliki beserta komposisi tingkat pendidikan karyawan.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>

	baik yang dapat merefleksikan nilai-nilai yang ada dalam perusahaan untuk menjaga integritas perusahaan dan juga tanggung jawab koporat. Score : 2	adalah salah satu aset terpenting sehingga perusahaan juga terus melakukan pengembangan kebijakan SDM dan integrasi sistem SDM dengan	
		menggunakan sistem HCM (<i>Human Capital Management</i>). Score : 2	

<p>Customer Capital</p>	<p>Mengungkapkan bahwa perusahaan telah berhasil dalam meningkatkan pangsa pasar dan semakin diminati oleh pemirsa di Indonesia. Dalam hal ini EMTEK menyatakan bahwa pada tahun 2014 SCTV menempati peringkat pertama dengan rata-rata pangsa pemirsa 17.2% di <i>All Time 5+ Demographic</i>, sedangkan Indosiar menempati peringkat ketiga dengan rata-rata pangsa pemirsa 11.9% (pada tahun 2013 Indosiar hanya menduduki peringkat keenam).</p> <p style="text-align: center;">Score :2</p>	<p>Mengungkapkan rata-rata pangsa pasar pemirsa tahun 2014 (versi Prime Time), dimana RCTI menguasai 17.8%, MNCTV 6.9% , Global TV 5%, sehingga total dari keseluruhan pangsa pasar pemirsa adalah 29.7%. Selain itu MNCN juga mengungkapkan bahwa saluran-saluran TV FTA milik MNC merupakan saluran-saluran TV terpopuler di Indonesia yang dikenal dengan kualitas dan variasi program-programnya oleh karena itu selama beberapa tahun terakhir MNC konsisten menayangkan program yang berkualitas diiringi dengan kelebihan yang ditawarkan seperti program yang disajikan dalam bahasa lokal dan menciptakan program-program yang sesuai dengan pemirsa di Indonesia.</p> <p style="text-align: center;">Score : 2</p>	<p>Mengungkapkan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar pemirsa gabungan (tvOne dan ANTV) menjadi 15.7% di tahun 2014, padahal pada tahun 2013 pangsa pasar pemirsa gabungan hanya 11.0%. Peningkatan ini didapat karena perusahaan berhasil dalam mengikuti selera masyarakat, seperti menayangkan program-program terbaik (misalnya film-film India seperti Mahabarata, Jodha Akbar, dll). Keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar pemirsa cukup signifikan, karena tahun-tahun sebelum 2013 pangsa pasar pemirsa gabungan hanya sebesar 6.7 % dan kemudian dapat meningkat 9.7% ditahun 2014 yang pada akhirnya membawa ANTV menduduki posisi 4 besar dari 10 TV FTA Nasional.</p> <p style="text-align: center;">Score : 2</p>
--------------------------------	---	---	--

<p>Supplier Capital</p>	<p>Tidak mengungkapkan hal-hal yang berhubungan dengan sisi penawaran EMTEK, seperti kontrak kerjasama yang menguntungkan dengan pihak-pihak berelasi atau pengembangan strategi kooperatif dengan pihak berelasi.</p> <p style="text-align: center;">Score : 0</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum mengenai kerjasama-kerjasama yang ada antara perusahaan dengan pihak lain yang bersifat menguntungkan bagi grup. Kerjasama-kerjasama tersebut seperti melakukan perjanjian kerjasama dengan beberapa mitra komersial untuk mendukung aktivitas promosi dan event-event dari bisnis baru perusahaan (seperti Sindo Media), serta melakukan kerjasama jangka panjang dengan institusi-institusi terkemuka sehingga mendapatkan informasi lulusan-lulusan terbaik lebih awal untuk direkrut bekerja di perusahaan.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum mengenai kerjasama yang dijalin perusahaan dengan program-program luar negeri seperti program World Boxing (bekerjasama Top Rank, Golden Boy Promotion, dan Octapixx untuk wilayah Indonesia) dengan yang membuat tvOne mendapat hak eksklusif untuk menyiarkan dan dapat meningkatkan pangsa pasar pemirsa. Selain itu VIVA juga bekerjasama dengan beberapa perguruan tinggi terkemuka di Indonesia untuk mendapatkan SDM yang berkualitas.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>
--------------------------------	--	--	--

Investor Capital	Hanya mengungkapkan secara umum mengenai volume transaksi saham di bursa saham dan juga rasio-rasio keuangan untuk membantu investor mengetahui kinerja perusahaan, tetapi hanya mengungkapkan rasio-rasio saja tanpa ada analisis yang menyertai. Score : 1	Mengungkapkan mengenai rasio-rasio keuangan, kapitalisasi pasar perusahaan, dan data-data keuangan lainnya (seperti total aset, total investasi, total modal, dan lain sebagainya) selama 3 tahun (tahun 2012, 2013, dan 2014) sehingga hal ini akan memudahkan investor dan pengguna laporan keuangan untuk melakukan analisis dan perbandingan, serta dapat melihat perkembangan perusahaan sebelum melakukan keputusan investasi. Score : 2	Hanya mengungkapkan secara umum dalam bentuk tabel mengenai rasio-rasio keuangan seperti ROA, ROE, dan EBITDA Margin. Score : 1
-------------------------	--	---	---

<p>Process Capital</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum mengenai kejelasan struktur organisasi beserta nama-nama orang yang menjabat pada posisi tersebut dan juga mengungkapkan bahwa manajemen menerapkan GCG (<i>Good Corporate Governance</i>) dalam perusahaan serta melakukan penilaian yang komprehensif secara berkala untuk memantau dan mengevaluasi pelaksanaan GCG yang sudah berjalan.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>	<p>Mengungkapkan mengenai bagaimana perusahaan melaksanakan komitmennya untuk mempertahankan tata kelola perusahaan yang baik, dimana dalam hal ini perusahaan berkomitmen untuk membuat kontribusi positif kepada masyarakat, dengan merangkul praktik tata kelola perusahaan (GCG) terbaik. Pada tahun 2014 perusahaan telah menerapkan standar GCG tertinggi di semua tingkatan operasi yang bertujuan untuk menjadi pelopor dan teladan bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia. GCG yang diterapkan oleh MNCN ini dinilai memberikan manfaat yang positif bagi perusahaan selama beberapa tahun belakangan seperti membantu mengontrol biaya, meningkatkan keuntungan, menjaga kualitas yang pada akhirnya dapat membuat MNCN mempertahankan posisinya sebagai media terkemuka di Asia Tenggara. Selain itu perusahaan juga mengungkapkan mengenai struktur tata kelola perusahaan dan struktur organisasi beserta nama-nama orang</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum mengenai bagaimana manajemen mengidentifikasi resiko dan melakukan pemantauan secara berkala pada tiap tingkatan manajemen serta struktur organisasi perusahaan beserta nama-nama orang yang menjabat pada posisi tersebut.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>
-------------------------------	--	---	--

		yang menempati posisi dalam struktur organisasi tersebut.	
--	--	---	--

Score : 2

<p>Location Capital</p>	<p>Tidak ada pengungkapan mengenai keuntungan yang diperoleh dari tata letak lokasi perusahaan, kemudahan infrastruktur transportasi, keuntungan pajak daerah, dan tingkat keamanan di lingkungan lokasi perusahaan. Score : 0</p>	<p>Tidak ada pengungkapan mengenai keuntungan yang diperoleh dari tata letak lokasi perusahaan, kemudahan infrastruktur transportasi, keuntungan pajak daerah, dan tingkat keamanan di lingkungan lokasi perusahaan. Score : 0</p>	<p>Tidak ada pengungkapan mengenai keuntungan yang diperoleh dari tata letak lokasi perusahaan, kemudahan infrastruktur transportasi, keuntungan pajak daerah, dan tingkat keamanan di lingkungan lokasi perusahaan. Score : 0</p>
<p>Inovation Capital</p>	<p>Mengungkapkan apa saja yang dilakukan oleh perusahaan untuk semakin meningkatkan kualitas tayangan dan juga menarik minat pemirsa. Hal yang dilakukan oleh EMTEK diantaranya adalah melakukan transformasi bisnis televisi O Channel yang melayani dibidang <i>home shopping</i>, meluncurkan layanan televisi digital berbayar Nexmedia, dan menerapkan strategi <i>programing</i> baru yang secara signifikan meningkatkan pangsa pasar pemirsa serta mendorong penguasaan pangsa pasar pemirsa. Score : 1</p>	<p>Mengungkapkan apa saja yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas tayangan dan menarik minat pemirsa. Hal-hal yang dilakukan oleh MNCN diantaranya adalah menayangkan program-program yang diminati oleh masyarakat Indonesia seperti drama seri original , film-film hollywood, kartun terbaik, rangkaian berita dan infotainment yang berkualitas, serta program-program hiburan dan olahraga ; memimpin program TV berbayar dimana TV berlangganan milik MNCN secara eksklusif menyediakan rangkaian saluran-saluran MNC melalui layanan MNC Sky Vision (MSKY) termasuk didalamnya 19 saluran milik MNC yang didedikasikan untuk menghadirkan</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum mengenai keberhasilan program-program tayangan apa saja yang diminati oleh masyarakat dan meningkatkan pangsa pasar pemirsa. Program-program tersebut diantaranya adalah program-program serial drama India seperti Mahabarata, Abad Kejayaan, Jodha Akbar, Navya ; program hiburan seperti Pesbukers ; program olahraga ; program konten animasi seperti Marsha and The Bear, Curious George, Mr.Bean animated series, dan lain sebagainya. Score : 1</p>

		<p>jenis-jenis program spesifik untuk tiap segmen penonton yang berbeda, serta meluncurkan 2 saluran baru yaitu MNC Health and Beauty dan MNC Home and Living ; membangun 4 gedung studio termutakhir sebagai bukti komitmen</p>	
		<p>MNCN untuk menciptakan konten-konten produksi internal terbaik, dimana fasilitas produksi juga dibuat terpusat disatu lokasi sehingga perusahaan akan diuntungkan dari sinergi keempat stasiun TV yang dimiliki () yang memungkinkan perusahaan mengendalikan biaya dan memanfaatkan sumber daya dengan maksimal yang membuat perusahaan siap menyambut fase pertumbuhan berikutnya.</p> <p>Score : 2</p>	

Tabel 4

Tabel Penilaian *Website*

	EMTK	MNCN	VIVA
Human Capital	0	1	0
Customer Capital	0	0	0
Supplier Capital	1	1	1
Investor Capital	0	1	0
Process Capital	2	2	1
Location Capital	0	0	0
Innovation Capital	1	2	1

Tabel 5

Tabel Keterangan Penilaian Website

	EMTEK	MNCN	VIVA
Human Capital	<p>Tidak mengungkapkan bagaimana kualitas tenaga kerja yang dimiliki seperti tingkat pendidikan karyawan, pengetahuan, keterampilan, kompetensi dalam memimpin, <i>turnover</i> karyawan dan upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan suasana kerja yang baik bagi karyawan sehingga timbul loyalitas dan peningkatan kinerja oleh karyawan.</p> <p style="text-align: center;">Score : 0</p>	<p>Hanya mengungkapkan bahwa perusahaan melaksanakan Program Kepemilikan Saham Oleh Karyawan dan Manajemen Perseroan (EMSOP). Hal tersebut dilakukan dalam upaya menciptakan suasana kerja yang baik karena karyawan merasa memiliki perusahaan sehingga akan timbul loyalitas dan peningkatan kinerja karyawan.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>	<p>Tidak mengungkapkan bagaimana kualitas tenaga kerja yang dimiliki seperti tingkat pendidikan karyawan, pengetahuan, keterampilan, kompetensi dalam memimpin, <i>turnover</i> karyawan dan upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan suasana kerja yang baik bagi karyawan sehingga timbul loyalitas dan peningkatan kinerja oleh karyawan.</p> <p style="text-align: center;">Score : 0</p>
Customer Capital	<p>Tidak mengungkapkan hal-hal yang terkait dengan sisi penjualan perusahaan, seperti daftar pelanggan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, kekuatan merek, dan juga kontrak penjualan jangka panjang.</p> <p style="text-align: center;">Score : 0</p>	<p>Tidak mengungkapkan hal-hal yang terkait dengan sisi penjualan perusahaan, seperti daftar pelanggan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, kekuatan merek, dan juga kontrak penjualan jangka panjang.</p> <p style="text-align: center;">Score : 0</p>	<p>Tidak mengungkapkan hal-hal yang terkait dengan sisi penjualan perusahaan, seperti daftar pelanggan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, kekuatan merek, dan juga kontrak penjualan jangka panjang.</p> <p style="text-align: center;">Score : 0</p>

<p>Supplier Capital</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum mengenai kerjasama yang dilakukan anak perusahaan dengan RCTI dan IVM yang menguntungkan. Kerjasama tersebut berupa pengadaan tanah, pembangunan gedung transmitter, beserta fasilitasnya di beberapa kota di Indonesia sebagai strategi dalam mengembangkan perusahaan.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum keuntungan kerjasama yang dilakukan MNCN dengan beberapa pihak, seperti kerjasama dengan UEFA (Union Des Associations Europennes De Football) dalam hal penayangan siaran langsung piala Eropa 2016 dan piala dunia 2018 dan juga kerjasama dengan Departemen Komunikasi dan Informatika untuk pengembangan TV digital di Aceh, Sumatra Utara, Jawa Barat, Kepulauan Riau, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Kalimantan.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum mengenai kerjasama yang menguntungkan yang dilakukan perusahaan dan Credit Suisse AG, <i>branchSingapore</i> untuk mengadakan transaksi <i>foreign exchange option</i> atas eksposur lindung nilai berkaitan dengan fluktuasi mata uang dalam mata uang asing dan juga kerjasama dengan PT. Bina Sakti Pratama untuk melaksanakan proyek dalam rangka melakukan perluasan kegiatan usaha dengan ruang lingkup pekerjaan meliputi persiapan dan perijinan, pengadaan tanah dan bangunan, serta pengadaan perangkat penyiaran.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>
--------------------------------	---	--	---

<p>Investor Capital</p>	<p>Tidak ada informasi mengenai peringkat kredit yang baik, diminatnya saham perusahaan di pasar modal, rasio-rasio keuangan, kapitalisasi pasar, dan juga kondisi menguntungkan penyediaan modal.</p> <p style="text-align: center;">Score : 0</p>	<p>Hanya mengungkapkan kondisi menguntungkan yang diperoleh MNCN dikarenakan perusahaan berhasil melakukan negosiasi untuk pinjaman dengan persyaratan yang lebih fleksibel dan juga diperolehnya kepercayaan dari peminjam karena perusahaan berhasil mematuhi perjanjian pinjaman (mempertahankan rasio-rasio keuangan dan memenuhi batasan-batasan tertentu sesuai yang tercantum dalam perjanjian).</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>	<p>Tidak ada informasi mengenai peringkat kredit yang baik, diminatnya saham perusahaan di pasar modal, rasio-rasio keuangan, kapitalisasi pasar, dan juga kondisi menguntungkan penyediaan modal.</p> <p style="text-align: center;">Score : 0</p>
<p>Process Capital</p>	<p>Pada bagian ini EMTEK mengungkapkan secara kualitatif bagaimana prosedur yang dilakukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan beserta resiko-resiko yang ada. Hal-hal yang dilakukan oleh manajemen adalah seperti manajemen memantau hasil operasi dari unit usahanya secara terpisah, mengevaluasi kinerja segmen berdasarkan laba atau rugi dan diukur secara konsisten dengan laba atau rugi pada laporan keuangan konsolidasian, mengelola resiko kredit pelanggan</p>	<p>Dalam hal ini MNCN mengungkapkan secara kualitatif bagaimana prosedur yang dilakukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan beserta resiko-resiko yang ada. Hal-hal yang dilakukan oleh manajemen adalah seperti mengelola resiko ini (perusahaan terpengaruh resiko perubahan suku bunga pasar terutama terkait dengan pinjaman jangka pendek dan jangka panjang dengan suku bunga mengambang) dengan menjaga kecukupan pinjaman dengan bunga</p>	<p>Hanya mengungkapkan bahwa manajemen memonitor struktur modal dengan rasio pinjaman terhadap EBITDA</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>

	<p>dengan memantau posisi piutang pelanggan secara teratur, dan manajemen melakukan analisa kredit serta menetapkan batasan kredit konsumen sebelum penerimaan konsumen baru dimana batasan kredit ditinjau secara berkala.</p> <p style="text-align: center;">Score : 2</p>	<p>mengambang dengan tepat serta melakukan pinjaman tetap dari pihak yang dapat memberikan tingkat suku bunga yang lebih rendah dari bank lain, manajemen secara prudent memantau dan menjaga tingkat kas dan setara kas serta aset keuangan lainnya (investasi jangka pendek,dll) untuk mengelola resiko likuiditas dan mengatasi dampak dari fluktuasi arus kas, manajemen menetapkan batasan jumlah resiko yang dapat diterima untuk pelanggan individu dan memantau eksposur terkait dengan batasan-batasan tersebut untuk mengelola dan mengendalikan resiko kredit pada piutang usaha, manajemen hanya melakukan kerjasama dengan pihak ketiga yang diakui dan kredibel, mengelola struktur permodalan dan menyesuaikan pembayaran dividen dalam rangka melakukan penyesuaian apabila diperlukan berdasarkan perubahan kondisi ekonomi, manajemen secara berkala melakukan <i>review</i> struktur permodalan group dan mempertimbangkan biaya permodalan</p>	
--	---	--	--

		serta resiko yang berhubungan, dan lain sebagainya. Score : 2	
Location Capital	Tidak ada pengungkapan mengenai keuntungan yang diperoleh dari tata letak lokasi perusahaan, kemudahan infrastuktur transportasi, keuntungan pajak daerah, dan tingkat keamanan di lingkungan lokasi perusahaan. Score : 0	Tidak ada pengungkapan mengenai keuntungan yang diperoleh dari tata letak lokasi perusahaan, kemudahan infrastuktur transportasi, keuntungan pajak daerah, dan tingkat keamanan di lingkungan lokasi perusahaan. Score : 0	Tidak ada pengungkapan mengenai keuntungan yang diperoleh dari tata letak lokasi perusahaan, kemudahan infrastuktur transportasi, keuntungan pajak daerah, dan tingkat keamanan di lingkungan lokasi perusahaan. Score : 0

<p>Inovation Capital</p>	<p>Hanya mengungkapkan secara umum mengenai apa saja yang dilakukan oleh perusahaan agar acara yang ada semakin diminati oleh pemirsa. Hal yang dilakukan adalah dengan melakukan perjanjian pendistribusian program dengan Discovery Asia Inc, Business News Asia, Home Box Office (Singapore) Pte. Ltd., International Global Network B.V., Korean Broadcasting System, Aljazeera Satellite Network, AFC Network Pte. Ltd., Bloomberg LP, Buena Vista Internasional Inc, PT. Mitra Multi Sarana, dan Japan International Broadcasting Inc.</p>	<p>Dalam hal ini MNCN mengungkapkan mengenai apa saja yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas tayangannya . Hal-hal yang dilakukan adalah dengan melakukan perjanjian dan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan media baik dalam maupun luar negeri untuk menayangkan program-program unggulan mereka di MNCN, seperti mengadakan Free Television License Agreement dengan Warner Bros (International Television Distribution Inc) untuk lisensi atas First Run Features, Rerun Features, Classic Features, Chinese Features, First Run</p>	<p>Hanya mengungkapkan bahwa perusahaan melakukan penyiaran Pertandingan Kompetisi Liga Indonesia dan Pertandingan Kompetisi Liga Indonesia Super League (ISL) untuk menarik minat pemirsa dan meningkatkan kualitas program tayangan.</p> <p style="text-align: center;">Score : 1</p>
	<p style="text-align: center;">Score : 1</p>	<p>MPFs/MFTs, First Run TV Series, Animation berlaku sejak Juni 2011 sampai Juni 2016 ; mengadakan perjanjian dengan Buena Vista International Inc untuk lisensi atas Current/ First Run Live Action Features dan Animated Features, Rerun Live Action Features, Series, Special Animated Features, dan Direct to Video Titles berlaku sejak 25 September 2008 dan berlaku sampai beberapa tahun</p>	

		<p>kedepan serta dapat diperpanjang ; mengadakan perjanjian Commercial Deal Terms for MNC kids and family program yang mulai berlaku sejak 14 Febuari 2010, dan berlaku sampai beberapa tahun kedepan dan dapat diperpanjang.</p> <p>Score : 2</p>	
--	--	---	--

Pengungkapan yang dilakukan perkomponen adalah sebagai berikut :

1. *Human Capital*

Pengungkapan atas *human capital* di laporan tahunan lebih baik jika dibandingkan dengan pengungkapan pada website. Pada website rata-rata perusahaan tidak mengungkapkan informasi terkait sumber daya manusia yang ada didalam perusahaan, satu-satunya perusahaan yang mengungkapkan dalam website hanya MNCN dan pengungkapan yang dilakukan juga hanya berupa pengungkapan umum saja. Pada laporan tahunan perusahaan lebih mengungkapkan informasi terkait sumber daya manusia nya seperti tingkat pendidikan karyawan, suasana kerja, dan lain sebagainya, akan tetapi pengungkapan ini juga hanya sebatas pengungkapan secara kualitatif saja.

2. *Customer Capital*

Pengungkapan atas *customer capital* di laporan tahunan lebih baik jika dibandingkan dengan pengungkapan pada *website*. Pada website, ketiga perusahaan tersebut tidak mengungkapkan informasi apapun terkait konsumen ataupun sisi penjualannya, sedangkan pada laporan tahunan ketiga perusahaan tersebut mengungkapkan informasinya secara kualitatif, dimana informasi tersebut rata-rata mengungkapkan mengenai peningkatan pangsa pasar.

3. *Supplier Capital*

Pengungkapan atas *supplier capital* di laporan tahunan dan website hampir sama, dimana informasi yang diungkapkan hanya berupa informasi umum saja. Informasi umum yang diungkapkan juga hanya berupa informasi kerjasama yang dilakukan dengan pihak lain yang bersifat menguntungkan bagi perusahaan.

4. *Investor Capital*

Pengungkapan atas *investor capital* pada laporan tahunan lebih baik dibandingkan dengan pengungkapan pada website. Pada

website hanya MNCN saja yang mengungkapkannya, akan tetapi pengungkapan tersebut juga hanya berupa informasi umum saja, sedangkan pada laporan tahunan ketiga perusahaan mengungkapkan informasi mengenai investornya seperti rasio-rasio keuangan, kapitalisasi pasar dan lain sebagainya. Pengungkapan yang dilakukan atas komponen ini juga hanya sebatas kualitatif saja, bahkan VIVA hanya mengungkapkan secara umum saja.

5. *Process Capital*

Pengungkapan atas *process capital* pada website lebih baik dibandingkan dengan pengungkapan pada laporan tahunan. Ketiga perusahaan rata-rata mengungkapkan mengenai kebijakan-kebijakan yang dibuat dan diambil oleh manajemen perusahaan untuk keberlangsungan perusahaan tersebut. Informasi yang diungkapkan tetapi juga hanya sebatas kualitatif saja, bahkan ada juga yang hanya mengungkapkan secara umum.

6. *Location Capital*

Pengungkapan atas *location capital* tidak pernah dilakukan oleh ketiga perusahaan, tidak ada informasi yang diungkapkan baik pada laporan tahunan maupun pada website, padahal pengungkapan mengenai lokasi ini juga penting, dimana memiliki lokasi yang mudah diakses, memiliki infrastuktur yang baik, memiliki lingkungan yang aman, dan lain sebagainya juga akan mempengaruhi pertimbangan investor.

7. *Innovation Capital*

Pengungkapan atas *innovation capital* yang dilakukan ketiga perusahaan rata-rata sama serta pengungkapan pada laporan tahunan maupun website juga sama. Rata-rata informasi yang diungkapkan adalah informasi umum saja, hanya MNCN yang mengungkapkan lebih detail secara kualitatif. Informasi yang diungkapkan adalah mengenai upaya-upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas tayangan dan menarik perhatian pemirsa.

pengungkapan yang dilakukan oleh tiap perusahaan :

a. EMTEK

Jika di *ranking* maka EMTEK menempati posisi atau urutan nomor dua, dalam hal ini EMTEK tentu lebih unggul daripada VIVA dan juga hampir sama dengan MNCN untuk kualitas pengungkapan informasi mengenai *intellectual capital* nya, akan tetapi MNCN lebih unggul sedikit. Dalam mengungkapkan informasinya, maka EMTEK lebih mengungkapkan informasinya secara detail pada laporan tahunan daripada pada website resminya. Ada juga beberapa komponen yang tidak diungkapkan oleh EMTEK, pada website hal yang tidak diungkapkan adalah komponen mengenai *human capital*, *customer capital*, *investor capital*, dan *location capital*. Pada laporan tahunan hal yang tidak diungkapkan adalah komponen mengenai *supplier capital* dan *location capital*.

b. MNCN

Dari ketiga perusahaan *advertising* yang menjadi objek penelitian, maka MNCN adalah perusahaan yang paling unggul dalam mengungkapkan informasi mengenai *intellectual capital* nya. Dibandingkan dengan VIVA dan EMTEK maka MNCN lebih detail dalam mengungkapkan informasinya, meskipun hanya berbanding tipis dengan EMTEK. Dari pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti maka didapati beberapa komponen yang tidak diungkapkan oleh MNCN, pada website MNCN tidak mengungkapkan mengenai *customer capital* dan *location capital*, sedangkan pada laporan tahunan MNCN hanya tidak mengungkapkan informasi mengenai *location capital* saja.

c. VIVA

Dibandingkan dengan EMTEK dan MNCN maka VIVA adalah perusahaan yang paling buruk kualitasnya dalam mengungkapkan informasi mengenai *intellectual capital* nya. VIVA rata-rata banyak tidak mengungkapkan informasinya atau hanya

mengungkapkan secara umum saja dan hanya satu atau dua komponen yang diungkapkan secara kualitatif. Dalam hal ini, pada website VIVA tidak mengungkapkan komponen mengenai *human capital*, *customer capital*, *investor capital*, dan *location capital*, sedangkan pada laporan tahunan komponen yang tidak diungkapkan adalah mengenai *location capital* saja, akan tetapi komponen yang lain hanya diungkapkan secara umum saja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada pembahasan ini didapatkan hasil bahwa pengungkapan *intellectual capital* pada ketiga perusahaan media yang menjadi objek, yaitu EMTEK, MNCN, dan VIVA masih kurang. Perusahaan-perusahaan tersebut tidak mengungkapkan beberapa komponen dalam laporan tahunan maupun dan juga pada website, selain itu informasi yang diungkapkan rata-rata informasi umum atau informasi kualitatif saja, tidak ada informasi yang menjelaskan secara kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan temuan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komitmen perusahaan media dalam mengungkapkan informasi mengenai aset tidak berwujudnya relatif rendah, tidak sistematis, dan terbatas pada informasi kualitatif. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat mengungkapkan informasi secara kuantitatif juga sehingga dapat dilakukan pengukuran nilai terhadap modal intelektual tersebut.

Pengungkapan *intellectual capital* lebih baik pada laporan tahunan daripada pengungkapan pada *website* resmi ketiga perusahaan media tersebut. Pada laporan tahunan banyak komponen *intellectual capital* yang diungkapkan, meskipun mengungkapkan tersebut masih sebatas informasi kualitatif saja. Dalam *website*, perusahaan lebih tidak mengungkapkannya dengan baik, ada beberapa komponen *intellectual capital* yang tidak diungkapkan dan informasi yang diungkapkan lebih banyak secara umum saja. Dari keseluruhan komponen yang ada maka komponen *location capital* adalah komponen yang tidak pernah diungkapkan oleh ketiga perusahaan

baik pada *website* maupun pada laporan tahunan. Dari ketiga perusahaan yang dijadikan objek didapati bahwa MNCN adalah perusahaan yang paling baik dalam mengungkapkan aset tidak berwujudnya. MNCN lebih detail dalam mengungkapkan aset tidak berwujudnya jika dibandingkan dengan yang lain. Sebaliknya, VIVA adalah perusahaan yang paling buruk dalam mengungkapkan informasinya, dibandingkan dengan EMTEK dan MNCN maka VIVA paling tidak detail dalam mengungkapkan informasinya. VIVA rata-rata banyak tidak mengungkapkan informasinya atau hanya mengungkapkan secara umum saja dan hanya satu atau dua komponen yang diungkapkan secara kualitatif.

Pada penelitian selanjutnya peneliti mengharapkan bahwa :

- Penelitian kedepan dilakukan tidak hanya disektor media saja, tetapi juga pada sektor-sektor lainnya, sehingga dapat diketahui juga bagaimana kualitas pengungkapan *intellectual capital* pada sektor-sektor lain selain media.
- Jika penelitian kedepan dilakukan pada perusahaan media maka peneliti berharap bahwa penelitian kedepan dilakukan terhadap seluruh perusahaan media yang ada di Indonesia dan bisa juga membandingkan perusahaan-perusahaan media antar negara.
- Penelitian kedepan juga diharapkan dapat melakukan pengamatan dengan jangka waktu yang lebih panjang, dimana penelitian dilakukan terhadap beberapa periode, sehingga dapat dilihat *trend* kualitas pengungkapan *intellectual capital* perusahaan tersebut.
- Penelitian kedepan juga diharapkan dapat melakukan penelitian terhadap beberapa sektor sekaligus, dimana peneliti selanjutnya dapat membandingkan kualitas pengungkapan *intellectual capital* antar sektor-sektor yang ada di Indonesia, sehingga akan diketahui sektor-sektor mana

yang baik dalam pengungkapannya dan sektor-sektor mana yang masih kurang dalam pengungkapannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdolmohammadi, Mohammad J. 2005. *Intellectual Capital Disclosure and Market Capitalization*, Journal of Intellectual Capital, Vol.6 Iss.3, pp.397-416 (diunduh 1 Oktober 2015).
- Academia Education. 2011. *Pengaruh Pertumbuhan Modal dan Aset*, dapat diakses di:
https://www.academia.edu/7864834/PENGARUH_PERTUMBUHAN_MODAL_DAN_ASET (diunduh 17 Mei 2015).
- Andriessen, D. 2004. *IC Valuation and Measurement: Classifying the State of the Art*, Journal of Intellectual Capital, Vol.5 No.2, pp.230-42 (diakses 15 Mei 2015).
- Anonim. 2015. *Facebook*, dapat diakses di:
<https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook> (diunduh 24 Juni 2015).
- Anonim. 2015. *Balance Sheet Annual Report Facebook Incorporate*, dapat diakses di: <http://finance.yahoo.com/FB+Balance+Sheet&annual> (diunduh 24 Juni 2015).
- Anonim. 2014. *Laporan Tahunan PT.Elang Mahkota Teknologi Tbk Periode 2014*, dapat diakses di: <http://www.emtek.co.id/Financial-Information/Annual-Report> (diunduh 10 September 2015).
- Anonim. 2014. *Laporan Tahunan PT.Media Nusantara Citra Tbk Periode 2014*, dapat diakses di:
www.idx.co.id_laporan_keuanganMNCN (diunduh 10 September 2015).
- Anonim. 2014. *Laporan Tahunan PT. Visi Media Asia Tbk Periode 2014*, dapat diakses di: www.vivagroup.co.id/wp-content/uploads/Annual-Report-VIVA-2014.pdf (diunduh 10 September 2015).
- Anonim. 2015. *Media*, dapat diakses di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Media> (diunduh 23 Desember 2015).
- Anonim. 2014. *Website Resmi PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk*, dapat diakses di: <http://www.emtek.co.id/> (diakses 15 September 2015).
- Anonim. 2014. *Website Resmi PT. Media Nusantara Citra Tbk*, dapat diakses di : <http://mnc.co.id/id> (diakses 16 September 2015).
- Anonim. 2014. *Website Resmi PT. Visi Media Asia Tbk*, dapat diakses di : <http://www.vivagroup.co.id/> (diakses 17 September 2015).

- Anonim. 2014. **Market Data PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk**, dapat diakses di : <https://finance.yahoo.com/EMTEK> (diunduh 10 September 2015)
- Anonim. 2014. **Market Data PT. Media Nusantara Citra Tbk** , dapat diakses di : <https://finance.yahoo.com/MNCN.JK> (diunduh 10 September 2015).
- Anonim. 2014. **Market Data PT. Visi Media Asia Tbk**, dapat diakses di : [VIVA.JK](https://finance.yahoo.com/VIVA.JK) (diunduh 10 September 2015)
- Badan Pengawas Pasar Modal. 2006. **Peraturan Bapepam LK**, dapat diakses di:
http://www.bapepam.go.id/pasar_modal/regulasi_pm/peraturan_pm/ (diunduh 19 Mei 2015).
- Bontis,N. 2003. **Intellectual Capital Disclosure in Canadian Corporation**, Journal of Human Resource Costing and Accounting, Vol.7 Nos1/ 2, pp.9-20 (diunduh 3 Oktober 2015).
- Drucker, Peter. 1993. **Intellectual Capital and Knowledge Productivity**, Management Decision, Vol.48 Iss 4, pp.580-599 (diunduh 1 Oktober 2015).
- Eccless, et al. 2001. **The Relevance of Intellectual Capital Disclosure**, Journal of Intellectual Capital, Vol.12 Iss 3, pp.407-429 (diunduh 2 Oktober 2015).
- Edvinsson, Leif. and Malone, Michael S. 1997. **Intellectual Capital and Valuation**, Piatkus, London.
- Gerpot, J Gerpot., Thomas, Sandra E. and Hoffmann, Alexander P. 2008. **Intangible Asset Disclosure in the Telecommunication Industry**, Journal of Intellectual Capital, Vol.9 Iss.1, pp.37-61 (diunduh 15 Mei 2015).
- Hong. 2007. **Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan**, dapat diakses di: <https://www.google.co.id/Pengaruh-Modal-Intelektual-Terhadap-Kinerja-Perusahaan> (diunduh 1 Oktober 2015)
- JAK, Mr. 2011. **Pengakuan dan Pengukuran Aktiva Tak Berwujud**, dapat diakses di: <http://jurnalakuntansi keuangan.com/2011/06/pengakuan-dan-pengukuran-aktiva-tak-berwujud/> (diunduh 22 Mei 2015).
- Mavridis, Dimitros G. 2005. **Intellectual Capital Performance**, Journal of Intellectual Capital, Vol.6 Iss 1, pp.127-140 (diunduh 20 September 2015)
- Otoritas Jasa Keuangan. 2013. **Asuransi**, dapat diakses di:
<http://www.ojk.go.id/asuransi> (diunduh 19 Mei 2015).

- Otoritas Jasa Keuangan. 2013. ***Transparansi dan Publikasi Laporan Keuangan***, dapat diakses di: <http://www.ojk.go.id/peraturan-ojk-tentang-transparansi-dan-publikasi-laporan-bank> (diunduh 14 Juni 2015).
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. 2015. ***PSAK 19 revisi 2015 Aset Tidak Berwujud***, edisi revisi 2. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Petty, Richard. and Guthrie, James. 2000. ***Intellectual Capital Literature Review : Measurement, Reporting, and Management***, Journal of Intellectual capital, Vol.1 Iss 2, pp.155-176 (diunduh 1 Oktober 2015).
- Roslender, Robin. 2004. ***Accounting for Intellectual Capital: Rethinking Its Theoretical Underpinnings***, Measuring Business Excellence, Vol.8 Iss.1, pp.38-45 (diunduh 2 Oktober 2015).
- Sugeng. 2000. ***Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Kinerja Intellectual Capital***, Jakarta, Indonesia.