

**ANALISIS PERLINDUNGAN ASET TIDAK BERWUJUD  
PADA PERUSAHAAN RINTISAN  
DI BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI DI INDONESIA**

Tesis  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Magister Ekonomika Pembangunan  
Bidang Ilmu Sosial



diajukan oleh  
Wahyu Wijanarko  
08/290312/PEK/13875

**Kepada  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS GADJAH MADA  
YOGYAKARTA  
2013**

# Tesis

## ANALISIS PERLINDUNGAN ASET TIDAK BERWUJUD PADA PERUSAHAAN RINTISAN DI BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI DI INDONESIA

dipersiapkan dan disusun oleh:

**Wahyu Wijanarko**  
**08/290312/PEK/13875**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 06 Maret 2013

### Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

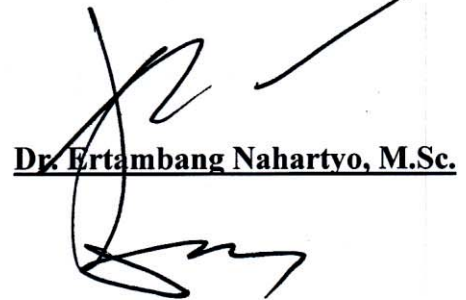


**Dr. I Wayan Nuka Lantara, M.Si.**  
Pembimbing Pendamping I

.....  
Pembimbing Pendamping II

.....

Anggota Dewan Penguji Lain



**Dr. Ertambang Nahartyo, M.Sc.**

**Boyke R. Purnomo, M.M.**

.....

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Magister

Tanggal **14 MAR 2013**



**Artidiatun Adji, M.Ec., M.A., Ph.D.**  
Pengelola Program Studi: Magister Ekonomika Pembangunan

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Februari 2013



Wahyu Wijanarko

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini aku persembahkan kepada:

*Bubu dan Akio serta semua keluarga yang telah memberi semangat dan doa.*

## **PRAKATA**

Puji syukur ke hadirat Tuhan atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulisan tesis yang berjudul "Analisis Perlindungan Aset Tidak Berwujud pada Perusahaan Rintisan di Bidang Teknologi Informasi di Indonesia" dapat penulis selesaikan. Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak dalam memberikan sumbangan pemikiran, saran dan masukan. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada.

1. Bapak Dr. I Wayan Nuka Lantara, M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang dengan kesabarannya telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan motivasinya ditengah-tengah kesibukannya, sehingga penulisan tesis ini dapat selesai.
2. Bapak Prof. Dr. Catur Sugiyanto, M.A. selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan dasar bimbingan, arahan dalam penyusunan tesis ini.
3. Dewan Penguji atas bimbingan dan masukannya yang sangat berarti dalam penulisan tesis ini.
4. Ibu Dr. Artidiatun Adji, M.Ec., M.A. selaku Ketua Pengelola Program Magister Ekonomika Pembangunan Universitas Gadjah Mada dan seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama proses perkuliahan, dan seluruh staf pengelola MEP-UGM atas pelayanan dan kerjasama yang baik selama proses perkuliahan.
5. Rekan-rekan sekelas di angkatan 39 dan 41 yang membantu memberi bantuan dan semangat untuk menyelesaikan tesis ini.

6. Semua pihak yang telah berkenan membantu penulis dan tidak sempat disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat khususnya bagi para perintis usaha baru, akademisi yang akan mengadakan penelitian berikutnya, instansi yang berkepentingan, dan masyarakat pada umumnya.

Yogyakarta, Februari 2013

Wahyu Wijanarko

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENGANTAR.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1.1 Perumusan masalah .....	3
1.2 Keaslian Penelitian.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.3.1 Tujuan penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat penelitian .....	6
1.4 Sistematika Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN ALAT ANALISIS.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Aset tidak berwujud.....	9
2.2.2 Merek dagang .....	10
2.2.3 Paten dan rahasia dagang.....	12
2.2.4 Hak cipta .....	13
2.2.5 Itikad baik .....	14
2.2.6 Modal manusia .....	15
2.2.7 Perusahaan Rintisan.....	17
2.3 Alat Analisis.....	18
2.3.1 Pengujian instrumen .....	18
2.3.2 Analisis kepentingan-kinerja .....	19
2.3.3 Skala numeris likert .....	20
BAB III ANALISIS DATA .....	21
3.1 Gambaran Umum.....	21

3.1.1	Perusahaan rintisan bidang teknologi informasi.....	21
3.2	Cara Penelitian .....	23
3.2.1	Tempat dan waktu penelitian.....	23
3.2.2	Jenis dan sumber data .....	23
3.2.3	Definisi operasional .....	23
3.2.4	Teknik pengumpulan data .....	25
3.2.5	Populasi dan sampel .....	25
3.2.6	Pengujian instrumen penelitian .....	27
3.3	Analisis Data dan Pembahasan .....	28
3.3.1	Analisis diagram kartesius.....	28
3.3.2	Pembahasan .....	35
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....		38
4.1	Kesimpulan .....	38
4.2	Saran .....	39
DAFTAR PUSTAKA .....		41
DAFTAR LAMPIRAN.....		45



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Komunitas Perusahaan Rintisan Digital di Indonesia.....	22
Tabel 3.2 Distribusi Frekuensi Responden .....	26
Tabel 3.3 Distribusi Frekuensi Perusahaan Responden .....	26
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	27
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	28
Tabel 3.6 Rerata Kepentingan-Kinerja .....	29
Tabel 3.7 Pendaftaran Merek .....	35
Tabel 3.8 Pendaftaran Paten atau Hak Cipta.....	36

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Matriks Kepentingan-Kinerja.....	19
Gambar 3.1 Persepsi pada Atribut Merek Dagang.....	30
Gambar 3.2 Persepsi pada Atribut Paten dan Rahasia Dagang.....	31
Gambar 3.3 Persepsi pada Atribut Hak Cipta .....	32
Gambar 3.4 Persepsi pada Atribut Itikad Baik.....	33
Gambar 3.5 Persepsi pada Atribut Modal Manusia .....	34

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	45
Lampiran 2 Persepsi Kepentingan .....	54
Lampiran 3 Persepsi Kinerja.....	55
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
Lampiran 5 Data Distribusi Responden .....	66
Lampiran 6 Data Distribusi Perusahaan .....	67
Lampiran 7 Data Pertanyaan Khusus.....	68

## INTISARI

Aset tidak berwujud dibagi menjadi aset tidak berwujud yang bisa diidentifikasi dan aset tidak berwujud yang tidak bisa diidentifikasi. Beberapa aset tidak berwujud yang bisa diidentifikasi di antaranya adalah: merek dagang, penemuan atau rahasia dagang, dan hak cipta, sedangkan beberapa aset tidak berwujud yang tidak bisa diidentifikasi adalah itikad baik dan aset manusia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan terhadap kepemilikan aset tidak berwujud pada perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi di Indonesia.

Penelitian dilakukan terbatas pada pengelolaan merek dagang, paten dan rahasia dagang, hak cipta, itikad baik, dan modal manusia. Hasil analisis menunjukkan bahwa perlindungan aset tidak berwujud pada perusahaan-perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi yang menjadi responden penelitian sudah dilakukan, namun belum dilaksanakan sepenuhnya, karena masih ada beberapa faktor yang dianggap penting namun belum dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

Pengelola perusahaan hendaknya mengoptimalkan perlindungan aset tidak berwujud yang dimiliki, karena aset tidak berwujud merupakan aset penting dalam perusahaan berbasis teknologi informasi. Pemerintah juga perlu memberikan sosialisasi yang cukup mengenai hak atas kekayaan intelektual kepada perusahaan-perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi yang baru didirikan. Selain itu, proses pendaftaran hak atas kekayaan intelektual harus semakin dipermudah dan dapat dilakukan dengan biaya yang terjangkau.

**Kata kunci:** pengelolaan aset, aset tidak berwujud, perusahaan rintisan, teknologi informasi.

## ABSTRACT

Intangible assets are divided into identifiable intangible assets and unidentifiable intangible assets. Some intangible assets that can be identified include: trademarks, inventions or trade secrets, and copyrights, while some intangible assets that can not be identified is in goodwill and human assets. This study aims to analyze the protection of the intangible asset in start-up companies in the field of information technology in Indonesia.

The study was limited to the management of trademarks, patents and trade secrets, copyrights, goodwill, and human capital. The analysis showed that the protection of intangible assets in start-up companies in the field of information technology was conducted, but has not been fully implemented, because there are several factors that are considered important but not yet implemented by the companies.

Business firms should optimize the protection of intangible assets owned, as an intangible asset is an important asset in the company based on information technology. The government also needs to provide adequate socialization regarding intellectual property rights to the start-up companies in the field of new information technologies is established. In addition, the process of registration of intellectual property rights should be more easy and can be done at a reasonable cost.

**Keywords:** asset management, intangible assets, start-up company, information technology.

# **BAB I**

## **PENGANTAR**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada saat ini aset tidak berwujud menjadi salah satu hal penting yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Di dalam sistem ekonomi yang lebih maju, produksi memerlukan bukan hanya faktor tradisional seperti modal dan tenaga kerja, tetapi juga keterampilan, struktur organisasi dan proses, budaya, dan faktor lain yang keseluruhannya disebut sebagai aset tidak berwujud (Brynjolfsson, Lorin, dan Yang, 2002).

Nilai dari aset tidak berwujud menjadi bagian yang paling signifikan dalam nilai pasar dari berbagai perusahaan yang diperdagangkan di bursa saham (Louisot, 2004). Perusahaan di bidang teknologi dan jasa kebanyakan memiliki aset yang tidak berwujud seperti paten, ilmu pengetahuan, dan modal manusia (Damodaran, 2009: 3). Di era informasi, aset tidak berwujud jauh lebih penting daripada aset berwujud yang bisa diukur oleh sistem akuntansi tradisional (Lin dan Tang, 2009).

Thornhill dan Amit (2003) dalam penelitiannya terhadap kebangkrutan perusahaan di Kanada menyimpulkan bahwa kegagalan perusahaan yang masih muda lebih disebabkan oleh faktor manajemen umum dan manajemen keuangan, sedangkan kegagalan pada perusahaan yang lebih tua disebabkan karena faktor tekanan dari luar, misalnya adaptasi teknologi baru. Petkov (2011) menganggap bahwa kesalahan pengelola perusahaan dalam mengidentifikasi aset tidak berwujud pada akuntansi perusahaan merupakan salah satu faktor utama di antara

beberapa faktor lain yang menyebabkan terjadinya krisis keuangan tahun 2008.

Mo dan Zhou (2003) meneliti isu-isu dalam proses penciptaan dan pengelolaan aset tidak berwujud pada perusahaan virtual, dan membahas penerapan serta adaptasi dari berbagai alat dan metodologi yang dipelajari dan dikembangkan dalam proyek-proyek industri untuk memungkinkan operasi yang mulus pada perusahaan virtual selama menjalankan proyek skala global. Dengan globalisasi industri manufaktur, beberapa perusahaan telah mengadopsi model bisnis baru di mana pengembangan produk adalah hasil dari kolaborasi aktif di perusahaan virtual. Dengan berpartisipasi dalam perusahaan virtual, perusahaan membawa kompetensi inti mereka dan berbagi sumber daya dengan rekanan bisnis mereka. Kompetensi ada dalam bentuk yang berbeda dan biasanya disebut sebagai aset tidak berwujud perusahaan. Namun, tantangan dalam perusahaan virtual adalah bagaimana membuat penggunaan terbaik dari aset-aset untuk menghasilkan hasil yang menguntungkan bagi seluruh anggota perusahaan virtual.

Damodaran (2009: 5) menggambarkan karakteristik perusahaan rintisan (*start-up*) yaitu: memiliki informasi sejarah yang sedikit, memiliki pendapatan kecil atau bahkan memiliki rugi operasi, bergantung kepada modal perseorangan, kebanyakan tidak bisa bertahan hidup, memiliki lebih dari satu klaim terhadap ekuitas, dan investasi yang dimiliki tidak likuid. Perusahaan rintisan di bidang teknologi yang memproduksi produk yang kompleks sering memiliki masalah ketika masuk ke pasar karena beberapa alasan (Ruokolainen, 2004). Pasar teknologi tampaknya volatil dan perusahaan teknologi cenderung berkonsentrasi pada isu-isu teknologi. Selain itu, perusahaan-perusahaan kecil menghadapi

masalah berat dalam pemasaran termasuk merancang isi media promosi, memilih media, dan melakukan riset pasar.

Dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia muncul berbagai macam perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi. Menurut data yang dilansir oleh Beritasatu (2012), jumlah perusahaan rintisan digital di Indonesia mencapai lebih dari 1500 perusahaan dan sebagian ada yang mati, namun tidak dijabarkan perkiraan jumlah perusahaan yang mati. Dengan kondisi bahwa perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi memiliki aset mayoritas berupa aset tidak berwujud, masih berusia muda, dan memiliki potensi kegagalan tinggi, penulis tertarik untuk meneliti secara khusus mengenai manajemen aset tidak berwujud pada perusahaan, khususnya pada aspek perlindungan terhadap aset tidak berwujud yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Permasalahan ini penting untuk diteliti karena pengelolaan aset tidak berwujud memiliki peran dalam keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan.

### **1.1.1 Perumusan masalah**

Berdasarkan pada uraian tersebut maka masalah penelitian dapat dirumuskan. Masalah penelitian yaitu kondisi rendahnya tingkat kesadaran dalam perlindungan aset tidak berwujud pada perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi di Indonesia.

## **1.2 Keaslian Penelitian**

Penelitian spesifik mengenai perlindungan aset tidak berwujud pada perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi di Indonesia sejauh pemahaman penulis belum pernah dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian mengenai



perlindungan aset tidak berwujud terdahulu antara lain.

1. Lee, Lee, dan Pennings (2001) menguji pengaruh kemampuan internal dan jaringan eksternal terhadap kinerja perusahaan dengan menggunakan data dari 137 perusahaan rintisan bidang teknologi di Korea. Kemampuan internal adalah berupa orientasi kewirausahaan, kemampuan teknologi, dan sumber daya keuangan yang diinvestasikan selama periode pendirian perusahaan. Jaringan eksternal diukur dari hubungan berbasis kemitraan dan *sponsorship*. Hubungan berbasis kemitraan diukur dari aliansi strategis dengan perusahaan lain dan pemodal ventura, kerjasama dengan universitas atau lembaga penelitian, dan partisipasi dalam asosiasi usaha. Hubungan berbasis *sponsorship* terdiri dari dukungan finansial dan non finansial dari bank komersial dan pemerintah Korea. Pertumbuhan penjualan digunakan sebagai dasar untuk menghitung kinerja perusahaan rintisan. Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa ketiga indikator kemampuan internal adalah prediktor penting dari kinerja perusahaan rintisan yang diteliti. Di antara jaringan eksternal, hanya hubungan dengan perusahaan-perusahaan modal ventura yang dapat digunakan untuk memprediksi kinerja perusahaan rintisan. Beberapa interaksi antara kemampuan internal dan hubungan berbasis kemitraan secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja. Hubungan berbasis *sponsorship* tidak memiliki efek khusus pada kinerja, tetapi hubungan dengan lembaga keuangan memiliki efek multiplikasi dengan kemampuan teknologi dan sumber daya keuangan yang diinvestasikan pada kinerja perusahaan rintisan.

2. Nasir, Ponnusamy, dan Lee (2007) melakukan penelitian mengenai persepsi masyarakat Malaysia tentang perlindungan hak cipta di dunia maya. Penelitian ini menggunakan metoda penelitian kualitatif melalui wawancara, dengan menyoroti beberapa persepsi dan pengalaman yang berbeda dari individu dengan melakukan perbandingan pada 3 kelompok responden yang berbeda di sekitar wilayah Klang Valley, yaitu: perusahaan *dotcom*, para profesional di bidang kekayaan intelektual, dan pejabat pemerintah.
3. Muliani (2007) dalam penelitiannya terhadap perlindungan hukum hak kekayaan intelektual bagi usaha kecil di bidang industri kerajinan di wilayah Kabupaten Bantul, menyatakan bahwa pada tingkatan praktek di lapangan, informasi tentang hak kekayaan intelektual sama sekali tidak diketahui oleh para pelaku usaha industri kerajinan pandan dan enceng gondok di wilayah Kabupaten Bantul. Pada saat informasi tentang hak kekayaan intelektual ditanyakan kepada mereka, semua menjawab bahwa mereka tidak pernah mendengar istilah hak kekayaan intelektual apalagi memahaminya.
4. Lin dan Tang (2009) melakukan penelitian untuk menginvestigasi pembobotan terhadap aset tidak berwujud pada perusahaan dan mengaitkan lebih dekat pada konsep dan aplikasi dari faktor-faktor yang menjadi penggerak nilai aset tersebut. Dalam penelitian ini digunakan *analytic hierarchy process* (AHP) untuk memperoleh bobot pada tiap dimensi penilaian aset tidak berwujud.
5. Erkan, Gurson, dan Özdemir (2011) melakukan investigasi mengenai tingkatan kesadaran akan modal intelektual di industri manufaktur di Ankara-

Turki dengan melakukan survei pada perusahaan skala menengah dan besar mengenai kesadaran dan implementasi manajemen modal intelektual. Hasil dari survei tersebut menyatakan bahwa sebagian besar perusahaan yang disurvei sudah memiliki ide mengenai manajemen modal intelektual, namun hanya sedikit perusahaan yang memiliki kerangka kerja yang komprehensif di dalam manajemen modal intelektual.

Keaslian penelitian ini dibandingkan dengan beberapa penelitian sebelumnya terletak pada analisis pengelolaan aset tidak berwujud khususnya mengenai aspek persepsi perlindungan terhadap aset tidak berwujud. Persepsi tersebut dibandingkan dengan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi, dengan sumber penelitian adalah pemilik atau pengelola perusahaan.

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan pokok yang telah dikemukakan, dirumuskan tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perlindungan terhadap kepemilikan aset tidak berwujud pada perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi di Indonesia.

#### **1.3.2 Manfaat penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan faedah yaitu.

1. Mengetahui peta kekuatan bisnis perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi yang ditinjau dari aspek perlindungan terhadap aset tidak berwujud

yang dimiliki.

2. Mengetahui jenis-jenis aset yang menjadi prioritas dalam perlindungan aset tidak berwujud berdasarkan persepsi pengelola perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi.
3. Memberikan referensi dan rujukan bagi akademisi dalam bidang ilmu manajemen aset yang terkait dengan manajemen aset tidak berwujud.

#### **1.4 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan adalah sebagai berikut: **BAB I Pengantar** memuat tentang latar belakang, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. **BAB II Tinjauan Pustaka Dan Alat Analisis** menguraikan tentang tinjauan pustaka, landasan teori, alat analisis. **BAB III Analisis data**, menguraikan tentang cara penelitian dan hubungan fenomena yang diamati, hasil analisis data dan pembahasan. **BAB IV Kesimpulan Dan Saran**.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN ALAT ANALISIS**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Penelitian mengenai perlindungan aset tidak berwujud pada perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi di Indonesia masih terbatas. Dengan sumber terbatas tersebut, tinjauan kepustakaan digunakan untuk dapat mengetahui apa saja yang harus diperhatikan terkait dengan perlindungan aset tidak berwujud.

Sejarah perlindungan aset tidak berwujud dimulai dari lingkungan ilmuwan dan peneliti. MacLeod (2012) melakukan penelitian yang memaparkan bahwa pada abad ke-20 para ilmuwan di Inggris mendorong agar penelitian yang dilakukan oleh ilmuwan dibiayai oleh kampus dan negara. Hasil penelitian kemudian dipublikasikan untuk dapat dimanfaatkan oleh khalayak umum. Para peneliti memperoleh manfaat dari penelitian yang dilakukan berupa popularitas dan kemajuan karir yang konsisten. Dalam perkembangannya, adanya neoliberalisme dan pengetatan anggaran pemerintah membuat para peneliti mulai mencari dana dari pasar atau perusahaan komersial. Pada akhirnya sistem paten dan hak cipta mulai dibuat untuk melindungi hak kepemilikan atas hasil penelitian yang berkembang sampai saat ini.

Interbrand (2007: 55) memaparkan bahwa kekuatan sebuah merek merupakan determinan utama dari profil risikonya sebagai aset pemasaran. Dalam penelitian berdasarkan pengalaman melakukan penilaian merek, Interbrand (2007: 56) membuat ringkasan 7 (tujuh) dimensi kekuatan merek, yaitu: pasar, stabilitas, kepemimpinan di pasar, jangkauan internasional, tren, dukungan layanan, dan

perlindungan merek. Analisis kekuatan merek ini digunakan untuk mengetahui profil risiko dari merek yang menjadi awal dari salah satu cara untuk mengetahui kapasitas suatu merek dalam menghasilkan pendapatan bagi individu atau perusahaan pemilik merek di masa yang akan datang.

Wyatt (2005) melakukan penelitian mengenai kebijakan manajemen dalam merekam aset tidak berwujud pada akuntansi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan manajemen untuk melakukan perekaman aset tidak berwujud pada perusahaan memiliki hubungan dengan seberapa besar teknologi digunakan dalam operasi perusahaan, lamanya siklus penggunaan teknologi, dan faktor lain yang terkait dengan hak intelektual yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan hasil investasi secara tepat. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa keputusan untuk membatasi pilihan manajemen dalam merekam aset tidak berwujud tidak meningkatkan, bahkan cenderung mengurangi kualitas neraca perusahaan dan mengurangi kelengkapan informasi yang akan diberikan kepada investor.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Aset tidak berwujud**

Hall (1993) melakukan penelitian yang berkaitan dengan peran sumber daya tidak berwujud dalam strategi bisnis dan secara khusus mengkaitkannya dengan identifikasi sumber daya tidak berwujud sebagai salah satu sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dari penelitian pada perusahaan nasional yang diwawancarai, terdapat 5 (lima) bentuk aset tidak berwujud yang menjadi prioritas, yaitu: reputasi perusahaan, reputasi produk, pengetahuan

karyawan, budaya, dan jaringan organisasi. Reputasi yang diwujudkan dalam merek dagang atau tidak merupakan aset tidak berwujud yang dianggap paling penting dan harus mendapat perhatian manajemen secara terus menerus. Reputasi, yang biasanya merupakan produk dari kompetensi unggul yang ditunjukkan selama bertahun-tahun, merupakan sumber daya rapuh, butuh waktu untuk membangunnya, tidak bisa dibeli, dan bisa rusak dengan mudah.

Laporan keuangan yang menunjukkan nilai aset suatu perusahaan terdapat pada neraca (Damodaran, 2002: 29). Menurut Cohen (2005: 9) semua perusahaan memiliki dua jenis aset: aset yang bisa disentuh dan aset yang tidak bisa disentuh. Jenis aset yang bisa dilihat, dirasakan, dicicipi, dijual, dibeli disebut sebagai aset berwujud, sedangkan yang tidak memenuhi hal-hal tersebut disebut sebagai aset tidak berwujud. Aset tidak berwujud kemudian dibagi menjadi 2 jenis lagi, yaitu aset tidak berwujud yang bisa diidentifikasi dan aset tidak berwujud yang tidak bisa diidentifikasi. Beberapa aset tidak berwujud yang bisa diidentifikasi di antaranya adalah: merek dagang, penemuan atau rahasia dagang, dan hak cipta, sedangkan beberapa aset tidak berwujud yang tidak bisa diidentifikasi adalah itikad baik (*goodwill*) dan aset manusia (*human capital*). Dalam penilaian, aset tidak berwujud harus diamortisasi dengan jangka waktu sesuai dengan perkiraan hidupnya, dengan jangka waktu maksimal untuk amortisasi adalah 40 (empat puluh) tahun (Damodaran, 2002: 33).

### **2.2.2 Merek dagang**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2003), merek dagang adalah nama, simbol, gambar, huruf, kata, atau tanda lainnya yang digunakan oleh

industri dan perusahaan dagang untuk memberi nama pada barang-barangnya dan membedakan diri dari yang lain, biasanya dilindungi oleh hukum. Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sebagai dasar hukum dalam perlindungan merek di Indonesia.

Danaher, Wilson, dan Davis (2003) melakukan penelitian dengan membandingkan loyalitas konsumen terhadap merek dalam lingkungan belanja online dan belanja tradisional pada lebih dari 100 merek di 19 kategori produk kelontong. Data pembelian *online* berasal dari pengecer kelontong tradisional besar yang juga mengoperasikan sebuah toko *online* yang menjual produk perusahaan. Danaher, Wilson, dan Davis (2003) mengamati perbandingan dengan menggunakan model dasar, model Dirichlet baru yang tersegmentasi, yang memiliki tingkat laten pada pilihan merek, dan menyediakan model yang sangat akurat pada perilaku pembelian. Hasil menunjukkan bahwa loyalitas merek yang diamati pada merek dengan pangsa pasar yang besar yang dibeli secara *online* secara signifikan lebih tinggi dari yang diharapkan, dengan hasil sebaliknya untuk merek dengan pangsa pasar yang kecil. Sebaliknya, di lingkungan belanja tradisional, perbedaan antara tingkat loyalitas merek yang diamati dengan tingkat loyalitas yang diperkirakan tidak memiliki hubungan dengan besarnya pangsa pasar dari merek.

Teori pemasaran mendukung pernyataan bahwa keberhasilan jangka panjang dari sebuah merek bergantung pada pilihan dan operasionalisasi yang tepat dari makna merek sebelum masuk pasar (Klink, 2003). Hasil dari studi



pertama yang dilakukan adalah meneliti hubungan antara karakteristik struktural dari nama merek (misalnya pada karakteristik vokal depan dan vokal belakang) dengan ukuran lambang, bentuk, dan warna. Studi berikutnya menemukan bahwa merek dengan tanda yang memiliki desain konsisten dengan nama merek lebih baik dalam mengkomunikasikan makna merek yang dimaksud. Satu implikasi penting dari penelitian yang dilakukan Klink (2003) adalah bahwa merek yang dioperasionalkan dengan benar memerlukan pengeluaran pemasaran yang lebih sedikit untuk dapat menciptakan citra merek.

### **2.2.3 Paten dan rahasia dagang**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2001 tentang Paten, yang dimaksud dengan paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada investor atas hasil investasinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri investasinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya.

Rahasia dagang adalah jenis aset yang diperoleh dari teknologi yang dimiliki atau suatu cara dalam menjalankan bisnis (Cohen, 2005: 17). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, yang dimaksud dengan rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang. Rahasia dagang memiliki lingkup yang lebih luas, karena tidak semua rahasia dagang bisa dipatenkan. Rahasia dagang perusahaan yang dapat berupa formula kimia, resep, data pelanggan, desain mesin, dan jenis

informasi yang lain biasanya memiliki nilai dan menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Hannah, 2005). Investigasi yang dilakukan oleh Hannah (2005) adalah untuk mengetahui pengaruh dari usaha legal perusahaan dalam melindungi rahasia dagang terhadap kemauan karyawan dalam menjalankan kewajiban untuk melindungi rahasia tersebut. Kewajiban karyawan dalam melindungi rahasia dagang perusahaan dipengaruhi oleh sistem dan prosedur yang dilakukan oleh perusahaan yaitu prosedur pembatasan akses terhadap rahasia dagang dan prosedur dalam menangani pengelolaan rahasia dagang yang sudah diketahui oleh karyawan.

Paten, seperti halnya dengan merek dagang dinilai dengan cara berbeda, tergantung dari cara perolehannya (Damodaran, 2002: 33). Paten bisa diperoleh dengan cara mengembangkan sendiri melalui riset maupun melalui akuisisi terhadap paten yang sudah dimiliki oleh perusahaan lain. Pada paten yang diperoleh dari pengembangan internal, biaya yang terkait dengan proses memperoleh paten tersebut dibukukan sebagai pengeluaran, meskipun paten ini dapat dimanfaatkan sampai beberapa periode, sehingga aset tidak berwujud berupa paten ini tidak muncul pada neraca perusahaan. Sebaliknya, apabila paten diperoleh melalui akuisisi dari perusahaan lain, maka paten dibukukan dalam neraca sebagai aset.

#### **2.2.4 Hak cipta**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2002 Tentang Hak Cipta, hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin

untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hak cipta biasanya dibuat pada hasil karya kreatif atau materi tulisan, seperti: buku, musik, gambar foto, ilustrasi, skenario, siaran film dan televisi, dan kode perangkat lunak (Cohen, 2005: 15).

Perlindungan hak cipta pada distribusi layanan digital dan online merupakan suatu kebutuhan yang penting (Kwok dan Yang, 2003). Teknologi penanda digital (*watermarking*) dapat digunakan untuk melindungi hak cipta, namun membuat proses dan penyampaian layanan menjadi lebih lama. Pengiriman secara instan merupakan salah satu persyaratan penting dalam bisnis online. Penelitian yang dilakukan Kwok dan Yang (2003) membuktikan bahwa pemberian tanda digital dengan sistem *multi-bit* dapat dilakukan dan penyedia layanan *online* tetap dapat menyampaikan layanan secara instan.

### **2.2.5 Itikad baik**

Konsep itikad baik secara umum digunakan oleh para analis dalam bisnis dan pemasaran untuk mengukur nilai aset dari nama perusahaan atau nama merek, yang mempengaruhi hasil perhitungan akuntan dan analis bisnis, tetapi jarang digunakan oleh para ekonom (Mueller dan Supina, 2002). Aset tidak berwujud kadang-kadang muncul sebagai produk dari suatu akuisisi. Ketika suatu perusahaan membeli perusahaan lain, harga pembelian dialokasikan pertama kali pada aset berwujud, lalu sisanya dialokasikan pada perhitungan aset tidak berwujud yang dapat diidentifikasi, seperti: paten, hak cipta, dan merek dagang (Damodaran, 2002: 33). Sisa residual dari perhitungan tersebut dihitung sebagai itikad baik (*goodwill*). Rahasia dagang yang tidak bisa dipatenkan biasanya juga

dihitung sebagai bentuk itikad baik perusahaan. Nilai perhitungan dari itikad baik bisa positif atau negatif tergantung dari besaran kesepakatan dalam proses jual beli. Basis data pelanggan yang dimiliki maupun hubungan baik dengan rekanan perusahaan juga bisa mempengaruhi nilai suatu perusahaan ketika perusahaan tersebut diakuisisi oleh perusahaan lain.

#### **2.2.6 Modal manusia**

Ketika memasuki milenium baru, dunia ekonomi berpindah ke dalam ekonomi pengetahuan (*knowledge economy*), di mana orang-orang menjadi pengungkit keuntungan bagi perusahaan (Fitz-enz, 2000: 1). Semua aset dalam perusahaan, kecuali sumber daya manusia, bersifat pasif dan tidak dapat bergerak tanpa campur tangan manusia. Sumber daya pasif ini memerlukan manusia untuk dapat menghasilkan nilai. Kunci untuk menjaga keberlangsungan perusahaan agar dapat mencetak laba adalah produktivitas dari tenaga kerjanya, yaitu modal manusia. Pada bisnis di sektor informasi, tenaga kerja yang memiliki pengetahuan menjadi tenaga penggerak utama. Dalam menilai aset manusia, perusahaan perlu memperhatikan aspek yang melekat pada sumber daya manusia, yaitu aspek ekonomi dan aspek spiritual.

Pengetahuan karyawan dinilai sebagai salah satu kontributor yang paling penting dalam kesuksesan suatu bisnis, selain itu pengetahuan yang dimiliki karyawan juga dinilai sebagai salah satu sumber daya yang paling tahan lama (Hall, 1993). Berdasarkan kompetensinya, Hall (1993) membagi kemampuan sumber daya manusia menjadi kemampuan fungsional dan kemampuan budaya. Kemampuan fungsional berhubungan dengan kemampuan untuk melakukan hal-

hal tertentu yang diperoleh dari keterampilan, pengetahuan dan pengalaman karyawan, dan pengalaman lain bersama pemasok, distributor, pialang saham, pengacara, agen iklan, dan sebagainya. Kemampuan budaya berlaku untuk organisasi secara keseluruhan, yang menggabungkan kebiasaan, sikap, keyakinan dan nilai-nilai, yang dimiliki individu dan kelompok dalam organisasi. Beberapa contoh budaya perusahaan misalnya: persepsi standar kualitas tinggi; kemampuan untuk bereaksi terhadap tantangan; kemampuan untuk berubah; kemampuan untuk belajar; dan sebagainya. Budaya merupakan kontributor bagi keuntungan kompetitif perusahaan.

Pengeluaran untuk pengembangan sumber daya manusia merupakan salah satu hal yang sulit untuk dikapitalisasi (Damodaran, 2002: 590). Hal itu karena pengeluaran sumber daya manusia dapat tersebar ke dalam berbagai jenis laporan keuangan perusahaan dan untuk memisahkan pengeluaran dari gaji dan tunjangan karyawan adalah sesuatu yang sulit untuk dilakukan. Selain itu, paten yang dihasilkan oleh karyawan selama bekerja menjadi hak milik perusahaan. Karyawan suatu perusahaan juga dimungkinkan untuk dapat berpindah-pindah dari perusahaan satu ke perusahaan lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Hormiga, Batista-Canino, dan Sánchez-Medina (2010) menunjukkan bahwa modal manusia berperan penting pada awal berdirinya sebuah perusahaan. Tumpuan utama modal manusia ini lebih terletak kepada peran pengusaha, yaitu pengetahuan, waktu, dan tenaga yang diinvestasikan dalam usaha baru tersebut. Selain itu, jika perusahaan dibentuk oleh beberapa orang, maka yang paling menjadi prioritas adalah hubungan baik

antara anggota satu dengan yang lain karena komunikasi dan koordinasi yang buruk dapat menyebabkan ketidakmampuan untuk mengembangkan ide bisnis yang mewakili kewajiban dari perusahaan.

Meskipun perencana dan penasihat keuangan semakin menyadari bahwa modal manusia harus diperhitungkan ketika membangun portofolio optimal untuk investor individu, namun modal manusia bukan sekedar aset biasa, karena mengandung risiko kematian yang unik dan membawa potensi pada hilangnya pendapatan masa depan dan upah karena peristiwa kematian (Chen *et al.*, 2006). Asuransi jiwa melindungi risiko kematian ini, sehingga penilaian terhadap modal manusia mempengaruhi jumlah alokasi aset yang optimal dan jumlah alokasi pengeluaran untuk asuransi jiwa.

### **2.2.7 Perusahaan Rintisan**

Perusahaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2003) adalah kegiatan (pekerjaan dan sebagainya) yang diselenggarakan dengan peralatan atau dengan cara teratur dengan tujuan mencari keuntungan (dengan menghasilkan sesuatu, mengolah atau membuat barang-barang, berdagang, memberikan jasa, dan sebagainya) atau organisasi berbadan hukum yang mengadakan transaksi atau usaha. Pengertian kata rintisan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2003) adalah usaha yang mula-mula sekali. Padanan istilah perusahaan rintisan di Indonesia adalah perusahaan pemula atau perusahaan baru (Rahayu, 2005). Dari pengertian tersebut dapat dijabarkan bahwa perusahaan rintisan adalah organisasi yang baru saja atau belum lama dibentuk yang menghasilkan sesuatu, yaitu

mengolah atau membuat barang-barang, berdagang, memberikan jasa dengan tujuan untuk mencari keuntungan.

## 2.3 Alat Analisis

### 2.3.1 Pengujian instrumen

Pengujian diperlukan untuk mendapatkan data dengan kualitas yang baik. Pengujian data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

**2.3.1.1 Uji validitas.** Salah satu cara untuk melakukan pengujian validitas dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson atau *Product-Moment* (Wright, 1992). Secara khusus, apabila kita memiliki observasi dengan variasi  $(x_1, y_1), (x_2, y_2), \dots, (x_n, y_n)$ , koefisien korelasi  $r_{hitung}$  diperoleh dengan persamaan

$$r_{hitung} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}$$

Di mana  $\bar{x} = \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{n}$  dan  $\bar{y} = \sum_{i=1}^n \frac{y_i}{n}$ . Untuk menguji validitas suatu variabel atau atribut, maka  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 1 persen atau 5 persen. Atau jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

**2.3.1.2 Uji reliabilitas.** Pengujian reliabilitas digunakan untuk menentukan konsistensi internal pada data yang dibuat. Salah satu koefisien yang bisa digunakan untuk melakukan penilaian konsistensi internal adalah *Cronbach's alpha* (Bland dan Altman, 1997).

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_T^2} \right)$$

Di mana  $k$  adalah jumlah ragam butir pertanyaan,  $s_i^2$  adalah varian dari butir pertanyaan ke  $i$  dan  $s_T^2$  adalah varian dari skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua butir pertanyaan.

### 2.3.2 Analisis kepentingan-kinerja

Analisis kepentingan-kinerja diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) untuk mengukur hubungan antara persepsi penilaian konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa. Persepsi penilaian kepentingan dan kinerja dari sisi konsumen ini digunakan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran (Martilla dan James, 1977). Dalam perkembangannya, analisa kepentingan kinerja yang semula digunakan untuk mengukur persepsi dari sisi konsumen (Martilla dan James, 1977), kemudian dikembangkan untuk mengukur persepsi dari sisi pemilik bisnis (Levenburg dan Magal, 2005).

Kepentingan  <b>A</b> Prioritas utama	<b>B</b> Pertahankan
<b>C</b> Prioritas rendah	<b>D</b> Berlebihan
	Kinerja

**Gambar 2.1 Matriks Kepentingan-Kinerja**

Dengan menggunakan skala Likert diperoleh hasil rerata kepentingan-kinerja. Hasil rerata ini digunakan sebagai koordinat untuk menempatkan atribut-



atribut yang dianalisis pada matriks dua dimensi yang digambarkan seperti pada gambar 2.1. Kuadran A menunjukkan hal-hal yang dianggap penting, tetapi belum dilaksanakan dengan baik. Kuadran B menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting dan sudah dilaksanakan dengan baik. Kuadran C menunjukkan faktor-faktor yang dianggap tidak penting dan belum dilaksanakan dengan baik. Kuadran D menunjukkan faktor-faktor yang dianggap tidak penting, tetapi sudah dilaksanakan dengan baik.

### **2.3.3 Skala numeris likert**

Instrumen survei yang dibangun untuk mengumpulkan analisa kepentingan-kinerja pada tiap elemen dari sampel pada umumnya menggunakan skala numeris atau likert (Levenburg dan Magal, 2005), di mana responden menunjukkan nilai pada pernyataan tertentu dengan skala 5 atau 7 titik (Keown, 1973). Dalam penelitian ini kepentingan dan kinerja diukur menggunakan skala Likert positif dengan nilai 1 sampai 5. Pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, Ragu-ragu (R) diberi skor 3, Setuju (S) diberi skor 4, dan Sangat Setuju (SS) diberi skor 5.

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Kuesioner dikembangkan sendiri dengan mengelompokkan berdasarkan pengelompokan aset tidak berwujud yang dilakukan oleh Cohen (2005: 9) dengan memasukkan aspek kesadaran atas kepemilikan aset tidak berwujud dengan aspek perlindungan aset tidak berwujud di dalam pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

## BAB III

### ANALISIS DATA

#### **3.1 Gambaran Umum**

##### **3.1.1 Perusahaan rintisan bidang teknologi informasi**

Dalam beberapa tahun terakhir bermunculan inisiatif dan aksi perseorangan maupun kelompok di Indonesia yang mendirikan perusahaan rintisan dengan menggunakan teknologi informasi sebagai basis untuk menjalankan bisnisnya. Perusahaan rintisan yang menggunakan teknologi informasi sebagai basis untuk menjalankan bisnisnya ini disebut juga sebagai perusahaan rintisan digital (*digital startup*). Beberapa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan rintisan ini di antaranya adalah: pengembangan perangkat lunak; pengembangan permainan elektronik; pembuatan *website*; konsultan teknologi informasi; pengembangan infrastruktur teknologi informasi; agen promosi digital; dan penjualan barang atau jasa lainnya yang menggunakan sarana Internet sebagai media pengembangan dan penjualan produk. Internet dipilih sebagai alat untuk pemasaran karena biaya koneksi lebih terjangkau dan dapat diakses dari berbagai tempat di dunia.

Dalam perkembangannya, untuk mengumpulkan individu dan perusahaan yang menjadi penggiat usaha baru berbasis teknologi informasi ini, dibentuk komunitas di berbagai daerah di Indonesia yang melakukan pertemuan dan komunikasi secara rutin, baik secara *online* melalui *mailing list* dan situs forum diskusi di Internet maupun secara *offline* dengan mengumpulkan anggota komunitas di suatu tempat pada waktu tertentu.

Selain komunitas perusahaan rintisan digital, beberapa komunitas yang terkait dengan perusahaan rintisan digital yang dibentuk di antaranya adalah: komunitas pengembang (*developer*) piranti lunak; komunitas pemodal ventura (*venture capital*); komunitas pengembang permainan (*game*) digital; komunitas pengembang layanan bergerak (*mobile developer*); dan komunitas media sosial. Beberapa komunitas perusahaan rintisan digital yang terbentuk di Indonesia terdapat pada tabel 3.1 berikut.

**Tabel 3.1 Komunitas Perusahaan Rintisan Digital di Indonesia**

No.	Nama Komunitas	Wilayah
1.	StartupLokal	Jakarta
2.	Bancakan 2.0	Yogyakarta
3.	FOWAB	Bandung
4.	SuWec	Surabaya
5.	SuBali	Bali
6.	#Stasion (Startup Singo Edan)	Malang
7.	MusTech (Musi Technology)	Palembang

Sumber: Setoaji, 2011

Perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi ini memiliki karakteristik usaha yang belum bisa dianggap stabil, dengan investasi mayoritas pada aset tidak berwujud. Salah satu kesulitan yang dialami oleh perusahaan ini adalah kesulitan dalam memperoleh pembiayaan di bank, karena di Indonesia belum terdapat aturan baku tentang pinjaman dengan agunan berupa aset tidak berwujud. Sebagai solusinya, perusahaan rintisan biasanya memperoleh investasi dari pemodal yang disebut sebagai *angel investor*, yang pada umumnya memberi modal dengan jumlah tertentu dan memperoleh kompensasi berupa surat hutang, pembagian kepemilikan saham dalam jumlah tertentu, maupun kompensasi lain sesuai dengan perjanjian.

## **3.2 Cara Penelitian**

### **3.2.1 Tempat dan waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi yang memiliki domisili di wilayah Indonesia. Pengambilan data dilakukan antara bulan Juni 2012 sampai dengan Agustus 2012.

### **3.2.2 Jenis dan sumber data**

Dalam penelitian ini digunakan sumber data berupa data primer yang berhubungan dengan objek penelitian. Data primer diperoleh dengan survei lapangan kepada perusahaan-perusahaan melalui kuesioner yang disebar. Data primer ini dikumpulkan oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Kuesioner yang disebar berisi pertanyaan yang ditujukan kepada pengelola perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi yang berdomisili di Indonesia. Responden yang menjadi sumber data diperoleh dengan teknik pencarian sampel secara non-probabilitas (*non-probability sampling*). Jenis pencarian sampel non-probabilitas yang digunakan di dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* atau dikenal sebagai *accidental sampling* atau *opportunity sampling* dengan memilih sampel dari perusahaan yang paling mudah dijumpai dan memenuhi kriteria.

### **3.2.3 Definisi operasional**

Dengan melihat teori berdasarkan pada tinjauan pustaka terhadap entitas yang menjadi aset tidak berwujud utama pada perusahaan di bidang teknologi informasi, atribut yang menjadi dimensi dalam penelitian ini adalah terbatas pada merek dagang (X1), paten dan rahasia dagang (X2), hak cipta (X3), itikad baik

(X4), dan modal manusia (X5). Untuk memahami pengertian dan penafsiran konsep yang digunakan di dalam analisis pembahasan penelitian ini, ada beberapa batasan dan pengertian dasar/konsep operasional dari atribut-atribut yang diamati di dalam penelitian ini, yang diuraikan sebagai berikut.

1. Merek dagang (X1) merupakan nama, simbol, gambar, huruf, kata, atau tanda lainnya yang digunakan oleh perusahaan untuk memberi nama pada produk atau usahanya.
2. Paten dan rahasia dagang (X2) merupakan hak eksklusif yang diperoleh dari penemuan teknologi oleh perusahaan, baik itu penemuan atau informasi yang diketahui maupun tidak diketahui oleh umum yang mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh perusahaan.
3. Hak cipta (X3) merupakan hak eksklusif untuk mengumumkan atau memperbanyak hasil karya kreatif atau materi tulisan, seperti: buku, musik, gambar foto, ilustrasi, skenario, siaran film dan televisi, dan kode perangkat lunak.
4. Itikad baik (X4) merupakan sisa residual dari perhitungan aset tidak berwujud yang dapat diidentifikasi. termasuk di dalamnya adalah rahasia dagang yang tidak dipatenkan.
5. Modal manusia (X5) merupakan tingkat kompetensi, pengetahuan, atribut sosial dan kepribadian, yang dimiliki seseorang di dalam perusahaan yang diwujudkan dalam kemampuan untuk melakukan pekerjaan sehingga menghasilkan nilai ekonomi bagi perusahaan.

### **3.2.4 Teknik pengumpulan data**

Pada penelitian ini, data yang diambil adalah data kuantitatif yang bersifat numerik yang didukung oleh data kualitatif yang bersifat keterangan. Data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, diperoleh dengan cara sebagai berikut.

1. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian secara ilmiah dengan cara mempelajari berbagai buku literatur serta tulisan-tulisan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.
2. Studi dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan dengan jalan survei dan wawancara pada pengelola perusahaan-perusahaan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### **3.2.5 Populasi dan sampel**

Penelitian mengambil sampel dari suatu populasi, kemudian data dan informasi dikumpulkan dari responden melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner. Kriteria responden yang diambil dari penelitian ini adalah individu yang dianggap bisa menjadi pengambil keputusan (pemilik, pengurus, atau manajemen) pada perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, dengan usia perusahaan kurang dari 5 (lima) tahun. Dari kuesioner yang disebar secara *online*, diperoleh 34 responden yang melakukan pengisian secara valid sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Distribusi responden kemudian diolah dan dibagi lagi berdasarkan kategori jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan. Adapun hasil olahan distribusi responden secara individu disajikan pada Tabel 3.2 berikut.

**Tabel 3.2 Distribusi Frekuensi Responden**

Kategori	Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	33	97,06
	Perempuan	1	2,94
Usia	<= 20 tahun	1	2,94
	20 – 29 tahun	19	55,88
	>= 30 tahun	14	41,18
Pendidikan	SMA/Sederajat	3	8,82
	Diploma	1	2,94
	S1/Sarjana	25	73,53
	S2/Master	4	11,76
	Lainnya	1	2,94

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 5)

Perusahaan yang menjadi responden dibagi berdasarkan jenis badan hukum, jumlah modal, sumber modal, dan jumlah pegawai. Distribusi perusahaan disajikan pada Tabel 3.3 berikut.

**Tabel 3.3 Distribusi Frekuensi Perusahaan Responden**

Kategori	Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
Badan Hukum	PT	12	35,29
	CV	8	23,53
	UD	1	2,94
	Firma	1	2,94
	Tidak memiliki ijin	8	23,53
	Lainnya	3	8,82
Jumlah Modal	Rp. 0 – 50 juta	17	50,00
	Rp. 51 – 100 juta	8	23,53
	Rp. 100 – 500 juta	3	8,82
	Rp. 500 juta – 1 milyar	4	11,76
	> 1 milyar Rupiah	2	5,88
Sumber Modal	Modal sendiri	16	47,06
	Modal bersama	17	50
	Modal dalam negeri	1	2,94
	Modal asing	0	0
Jumlah Pegawai	1 – 10	26	76,47
	11 – 20	4	11,76
	21 – 30	2	5,88
	30 – 40	1	2,94
	> 40	1	2,94

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 6)

### 3.2.6 Pengujian instrumen penelitian

**3.2.6.1 Uji validitas.** Pengujian validitas diperoleh agar dapat diketahui tingkat kelayakan data untuk dapat dilakukan analisis. Dengan jumlah responden dari kelompok perusahaan dengan jumlah  $n = 34$  dan tingkat kesalahan sebesar 5 persen diperoleh nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,339. Karena nilai  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari nilai  $r_{\text{tabel}}$ , maka secara statistik semua pernyataan pada aspek kepentingan adalah valid.

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas**

Butir Pertanyaan	$r_{\text{hitung}}$ Kepentingan	$r_{\text{hitung}}$ Kinerja	$r_{\text{tabel}}$	Keputusan
Merek Dagang (X1)				
X11	0,753	0,830	0,339	Valid
X12	0,590	0,519	0,339	Valid
X13	0,784	0,857	0,339	Valid
X14	0,748	0,843	0,339	Valid
Patent dan Rahasia Dagang (X2)				
X21	0,807	0,734	0,339	Valid
X22	0,857	0,764	0,339	Valid
X23	0,801	0,874	0,339	Valid
X24	0,875	0,829	0,339	Valid
X25	0,691	0,811	0,339	Valid
Hak Cipta (X3)				
X31	0,731	0,647	0,339	Valid
X32	0,852	0,881	0,339	Valid
X33	0,700	0,797	0,339	Valid
Itikad Baik (X4)				
X41	0,582	0,797	0,339	Valid
X42	0,794	0,817	0,339	Valid
X43	0,500	0,828	0,339	Valid
X44	0,819	0,874	0,339	Valid
Modal Manusia (X5)				
X51	0,839	0,752	0,339	Valid
X52	0,791	0,912	0,339	Valid
X53	0,811	0,885	0,339	Valid
X54	0,691	0,925	0,339	Valid
X55	0,728	0,919	0,339	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 4)



**3.2.6.2. Uji reliabilitas.** Pengujian reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi data. Hasil dari uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* dari semua atribut lebih besar dari 0,6, sehingga secara statistik atribut dalam penelitian ini reliabel.

**Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas**

Atribut	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keputusan
<b>Aspek Kepentingan (<i>Importance</i>)</b>			
Merek Dagang (X1)	0,669	0,6	Reliabel
Paten dan Rahasia Dagang (X2)	0,864	0,6	Reliabel
Hak Cipta (X3)	0,631	0,6	Reliabel
Itikad Baik (X4)	0,619	0,6	Reliabel
Modal Manusia (X5)	0,815	0,6	Reliabel
<b>Aspek Kinerja (<i>Performance</i>)</b>			
Merek Dagang (X1)	0,768	0,6	Reliabel
Paten dan Rahasia Dagang (X2)	0,861	0,6	Reliabel
Hak Cipta (X3)	0,614	0,6	Reliabel
Itikad Baik (X4)	0,848	0,6	Reliabel
Modal Manusia (X5)	0,919	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 4)

### **3.3 Analisis Data dan Pembahasan**

#### **3.3.1 Analisis diagram kartesius**

Data primer yang diperoleh dari survei kepada responden kemudian dianalisis dengan menggunakan diagram kartesius. Dengan menggunakan skala likert, diperoleh rerata antara aspek kepentingan dan kinerja berdasarkan persepsi responden. Rerata ini menjadi nilai tengah yang digunakan sebagai ukuran tendensi tengah, karena secara teoritis tidak ada skala interval yang pasti (Martilla dan James, 1977). Rerata dari aspek kepentingan dan kinerja dari responden pada tabel 3.6 digunakan untuk mengetahui posisi tengah dari persepsi responden

terhadap kepentingan dan kinerja perusahaan teknologi informasi yang menjadi responden dalam kaitannya dengan perlindungan aset tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan yang menjadi responden.

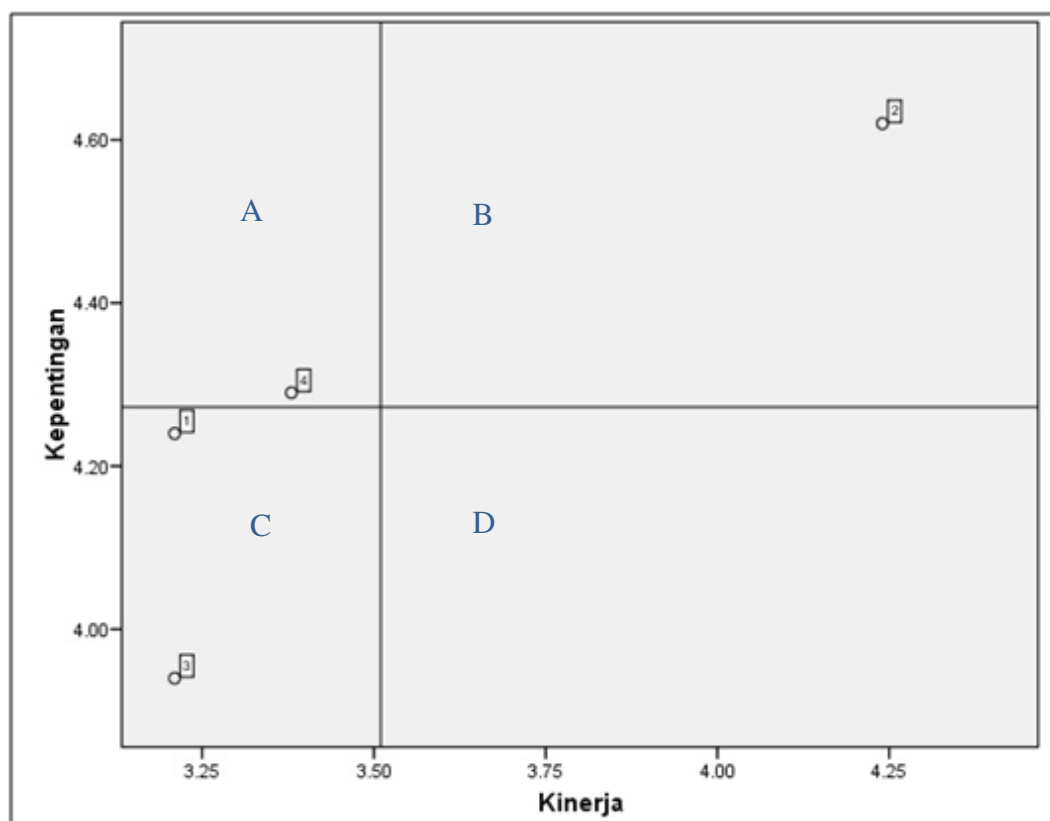
**Tabel 3.6 Rerata Kepentingan-Kinerja**

<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Kepentingan</b>	<b>Kinerja</b>
<b>Merek dagang (X1)</b>		
X11	4,24	3,21
X12	4,62	4,24
X13	3,94	3,21
X14	4,29	3,38
<b>Paten/Rahasia Dagang (X2)</b>		
X21	4,09	2,88
X22	4,24	3,56
X23	4,24	3,24
X24	4,26	3,44
X25	3,88	3,24
<b>Hak Cipta (X3)</b>		
X31	4,21	3,88
X32	3,79	3,35
X33	4,23	3,44
<b>Itikad Baik (X4)</b>		
X41	4,35	3,91
X42	3,65	3,03
X43	4,38	3,91
X44	4,03	3,68
<b>Modal Manusia (X5)</b>		
X51	3,97	3,38
X52	4,5	3,88
X53	4,44	3,74
X54	4,5	4,18
X55	4,21	3,97

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 2 dan 3)

Hasil perhitungan rerata ini kemudian digunakan untuk memperoleh batasan kuadran pada diagram kepentingan-kinerja. Dari perhitungan pada rerata aspek kepentingan dan kinerja, diperoleh bahwa persepsi kinerja yang sudah

dilakukan oleh perusahaan responden cenderung lebih kecil dari persepsi responden terhadap aspek kepentingan. Penggambaran posisi rerata masing-masing atribut dijabarkan ke dalam bentuk diagram.

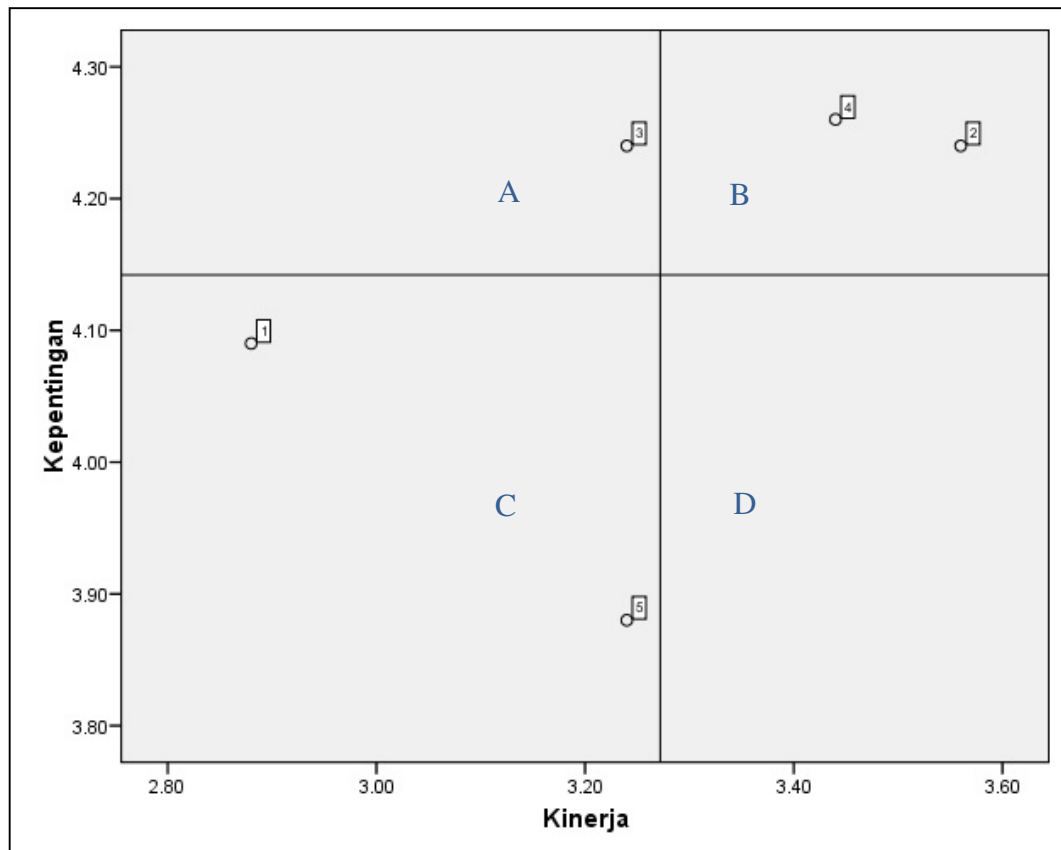


Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 2 dan 3)

**Gambar 3.1 Persepsi pada Atribut Merek Dagang**

Pada atribut merek dagang, persepsi pengelola perusahaan berada pada kuadran A, B, dan C. Faktor yang dianggap penting namun belum dilaksanakan, yaitu perusahaan belum secara berkala melakukan pengawasan dan pengendalian atas pelanggaran merek yang dilakukan oleh perusahaan lain. Faktor yang dianggap penting dan sudah dilaksanakan adalah perusahaan memiliki nama domain internet yang sesuai dengan nama merek, dengan detail (*whois data*) yang akurat. Faktor lain yang dianggap tidak penting dan belum dilaksanakan adalah

faktor perusahaan memiliki merek yang digunakan untuk melakukan bisnis yang sudah didaftarkan di institusi pendaftaran hak atas kekayaan intelektual dan faktor perusahaan lain menggunakan merek yang dimiliki perusahaan di bawah perjanjian tertulis dan mengikuti standar kualitas yang telah ditentukan.

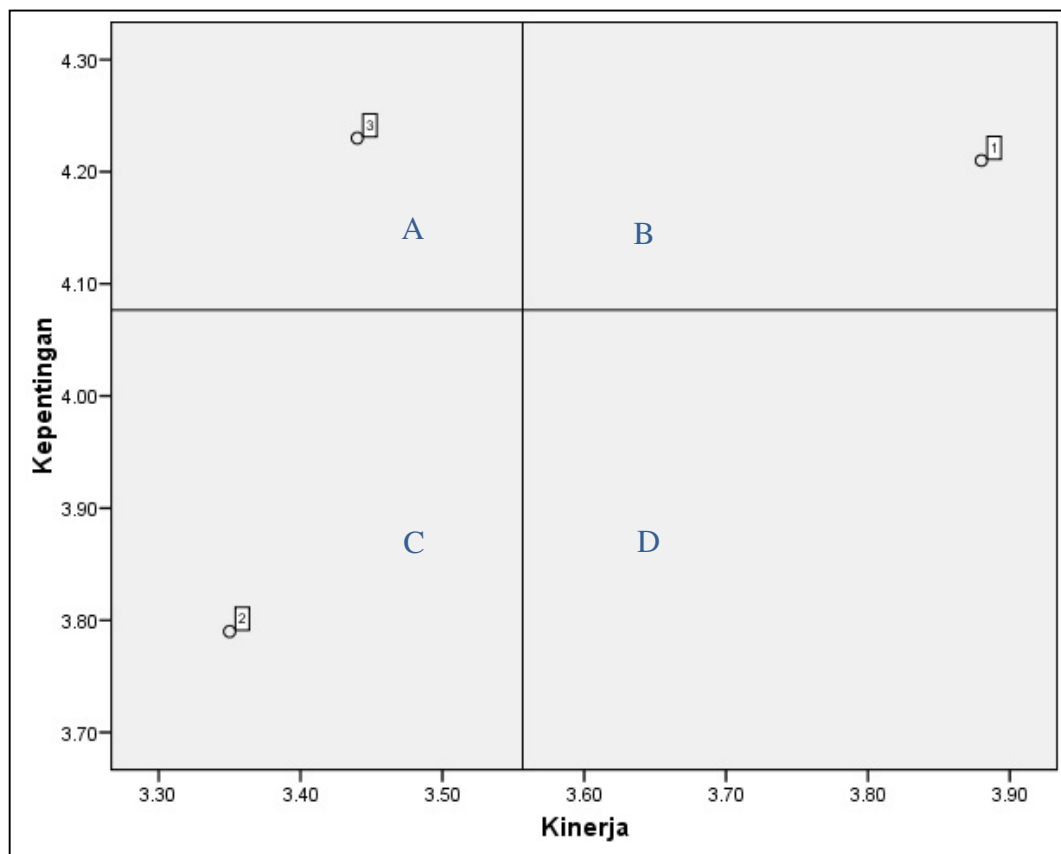


Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 2 dan 3)

### Gambar 3.2 Persepsi pada Atribut Paten dan Rahasia Dagang

Pada atribut paten dan rahasia dagang, persepsi pengelola perusahaan berada pada kuadran A, B, dan C. Faktor yang dianggap penting namun belum dilaksanakan adalah karyawan maupun rekanan perusahaan menandatangani perjanjian tertulis atas kepemilikan atas penemuan atau rahasia dagang. Faktor yang dianggap penting dan sudah dilaksanakan adalah perusahaan melakukan pencegahan agar tidak melakukan pelanggaran penemuan maupun rahasia dagang

yang sudah dimiliki oleh institusi lain dan perusahaan memiliki prosedur dalam mengidentifikasi dan melindungi hasil penemuan, rencana perusahaan yang dirahasiakan, maupun rahasia dagang yang dimiliki.

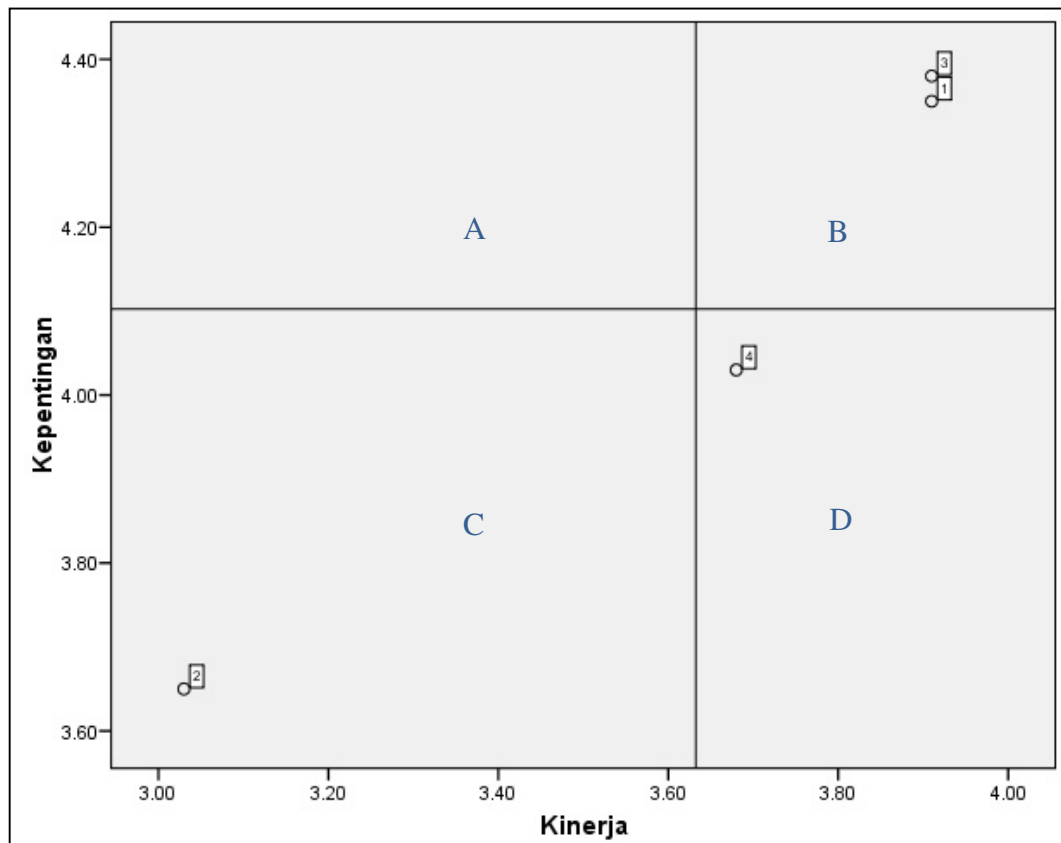


Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 2 dan 3)

**Gambar 3.3 Persepsi pada Atribut Hak Cipta**

Pada atribut hak cipta, persepsi pengelola perusahaan berada pada kuadran A, B, dan C. Faktor yang dianggap penting namun belum dilaksanakan adalah karyawan maupun rekanan menandatangani perjanjian untuk memastikan bahwa perusahaan yang memiliki hak cipta atas karya yang telah dibuat oleh karyawan dan perusahaan berhak untuk mengubah isi maupun menggunakan karya tersebut untuk kepentingan perusahaan. Faktor yang dianggap penting dan sudah dilaksanakan adalah perusahaan tidak menampilkan konten digital yang

melanggar hak cipta institusi lain. Faktor yang dianggap kurang penting dan belum dilaksanakan adalah semua konten yang diterbitkan oleh perusahaan sudah dilindungi oleh hak cipta yang telah diregistrasikan.

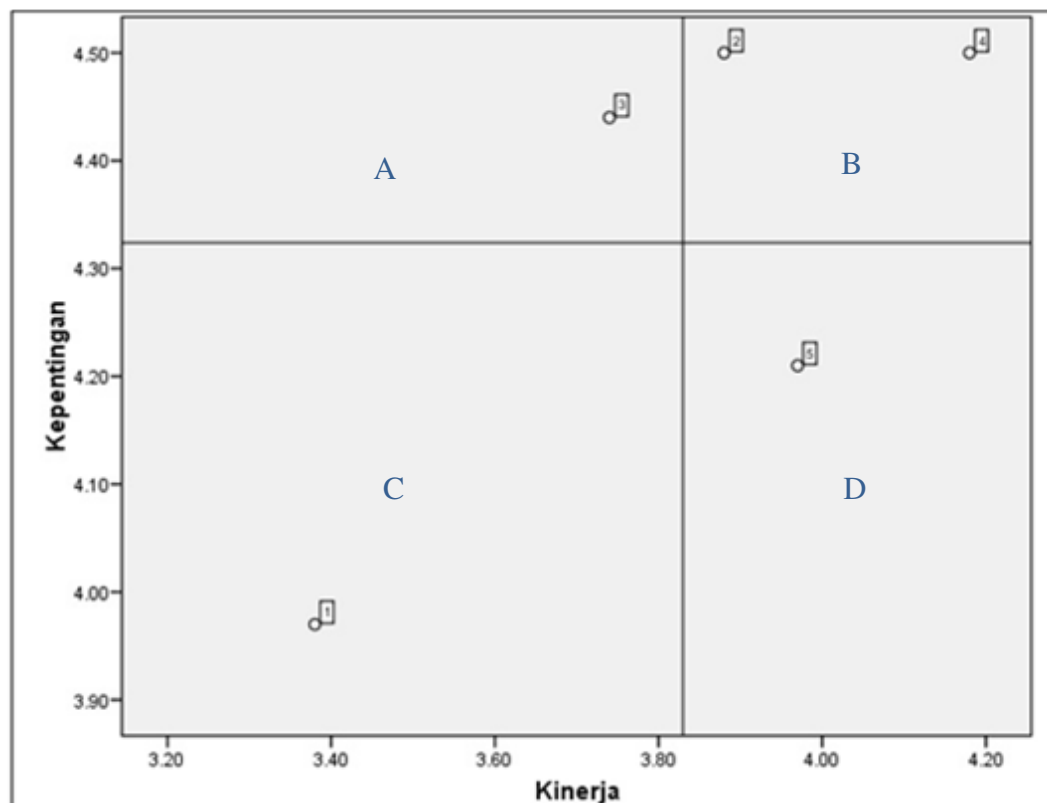


Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 2 dan 3)

**Gambar 3.4 Persepsi pada Atribut Itikad Baik**

Pada atribut itikad baik, persepsi pengelola perusahaan berada pada kuadran B, C, dan D. Faktor yang dianggap penting dan sudah dilaksanakan adalah perusahaan memiliki basis data pelanggan dan rekanan bisnis yang dalam penggunaannya dilindungi dalam perjanjian kerja, sehingga mencegah penyalahgunaan oleh karyawan dan perusahaan secara aktif mengembangkan dan menjaga hubungan yang kuat dengan institusi bisnis, komunitas, maupun lingkungan akademis yang relevan. Faktor yang dianggap kurang penting dan

belum dilaksanakan adalah perusahaan memiliki konsultan yang memberikan nasihat dalam penanganan legalitas (pembelian, penjualan, tenaga kerja, asuransi). Faktor yang dianggap kurang penting namun sudah dilaksanakan adalah perusahaan melakukan evaluasi rutin dan perekaman atas aktivitas pelanggan maupun rekanan bisnis.



Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 2 dan 3)

### Gambar 3.5 Persepsi pada Atribut Modal Manusia

Pada atribut modal manusia, persepsi pengelola perusahaan berada di semua kuadran. Faktor yang dianggap penting namun belum dilaksanakan adalah perusahaan memberikan jaminan kesejahteraan (gaji, fasilitas kesehatan, pensiun) yang memadahi. Faktor yang dianggap penting dan sudah dilaksanakan adalah perusahaan melakukan upaya peningkatan kapasitas sumberdaya manusia melalui

pemberian pelatihan dan perusahaan memberikan perangkat dan fasilitas pendukung kerja (komputer, tempat kerja, sambungan internet) bagi karyawan. Faktor yang dianggap kurang penting dan belum dilaksanakan adalah perusahaan memiliki manajemen senior yang memiliki pengalaman dan tingkat keahlian yang tinggi di dalam lingkup industri yang dijalankan. Faktor yang dianggap kurang penting namun sudah dilaksanakan adalah perusahaan secara aktif melakukan pendataan pengetahuan karyawan dalam *database (knowledge base, frequently asked questions, standard operating procedure)* untuk melindungi jalannya bisnis apabila karyawan tersebut berhenti bekerja.

### 3.3.2 Pembahasan

Dengan memperhatikan hasil analisis, perlindungan aset tidak berwujud pada perusahaan-perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi yang menjadi responden penelitian belum dilaksanakan sepenuhnya. Hal ini disebabkan karena masih ada beberapa faktor yang dianggap penting namun belum dilaksanakan sepenuhnya oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

**Tabel 3.7 Pendaftaran Merek**

<b>Pendaftaran Merek</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Belum ada rencana sama sekali	13	38,24
Sudah pernah ada rencana	11	32,35
Sudah pernah konsultasi	1	2,94
Sudah memasukkan berkas pendaftaran	4	11,76
Sudah menerima dokumen resmi	5	14,71

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 7)

Dalam penelitian ini diajukan pertanyaan khusus terkait dengan pendaftaran merek secara resmi pada Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intelektual



Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Ditjen HKI). Dari pertanyaan yang diajukan mengenai pendaftaran merek, 13 responden menyatakan belum ada rencana sama sekali untuk mendaftarkan merek, 11 responden menyatakan sudah pernah ada rencana mendaftarkan merek, 1 responden sudah pernah konsultasi dengan konsultan HKI, 4 responden sudah memasukkan berkas pendaftaran merek, dan 5 responden sudah menerima dokumen resmi kepemilikan merek dari Ditjen HKI.

**Tabel 3.8 Pendaftaran Paten atau Hak Cipta**

<b>Pendaftaran Paten atau Hak Cipta</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Belum ada rencana sama sekali	22	64,71
Sudah pernah ada rencana	7	20,59
Sudah pernah konsultasi	1	2,94
Sudah memasukkan berkas pendaftaran	2	5,88
Sudah menerima dokumen resmi	3	5,88

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 7)

Pada pertanyaan khusus yang terkait dengan paten atau hak cipta yang didaftarkan secara resmi, 22 responden menyatakan belum ada rencana mendaftarkan paten atau hak cipta, 7 responden menyatakan sudah ada rencana untuk mendaftarkan paten atau hak cipta, 1 responden sudah pernah konsultasi dengan konsultan HKI, 2 responden sudah memasukkan berkas pendaftaran hak cipta atau paten, dan 2 responden sudah memperoleh surat keputusan terkait pengakuan kepemilikan hak cipta atau paten dari Ditjen HKI.

Data kualitatif yang bersifat keterangan dalam penelitian ini adalah berupa masukan dari responden terhadap pengelolaan dan perlindungan aset tidak berwujud pada perusahaan teknologi informasi di Indonesia. Sebanyak 6

responden menyatakan perlindungan aset tidak berwujud penting, sehingga harus secepatnya didaftarkan secara resmi. Sebanyak 13 responden menyatakan adanya pemahaman yang kurang mengenai perlindungan aset tidak berwujud dan proses-proses yang diperlukan untuk melindungi aset tidak berwujud tersebut secara resmi, dan memberi masukan agar dilakukan sosialisasi mengenai HKI oleh instansi yang terkait. Sebanyak 7 responden memberikan komentar mengenai legalisasi merek dagang, paten, dan hak cipta memerlukan proses yang sulit, memerlukan waktu yang lama, dan pendaftar harus mengeluarkan biaya yang menurut responden tidak murah. Responden meminta agar proses pendaftarannya dapat lebih dipermudah. Sebanyak 2 responden lainnya menyatakan bahwa proses perlindungan aset tidak berwujud sebaiknya dimulai dari dalam organisasi, dengan memperkuat perjanjian kerja dan *standard operating procedure* (SOP) di dalam perusahaan. Satu responden mengusulkan agar ada lembaga resmi yang memberikan penilaian aset tidak berwujud agar terdapat kejelasan mengenai nilai aset tidak berwujud yang dimiliki perusahaan agar dapat digunakan sebagai dasar perhitungan dalam memperoleh pembiayaan dari bank.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dari hasil analisis dan pembahasan, perlindungan aset tidak berwujud pada perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi di Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Perusahaan rintisan berbasis teknologi informasi yang menjadi responden sudah melakukan beberapa faktor yang dianggap penting seperti memiliki nama domain internet yang sesuai dengan nama merek, dengan detail (*whois data*) yang akurat. Selain itu perusahaan sudah melakukan pencegahan agar tidak melakukan pelanggaran penemuan maupun rahasia dagang yang sudah dimiliki oleh institusi lain dan perusahaan memiliki prosedur dalam mengidentifikasi dan melindungi hasil penemuan, rencana perusahaan yang dirahasiakan, maupun rahasia dagang yang dimiliki. Perusahaan juga tidak menampilkan konten digital yang melanggar hak cipta institusi lain. Dari sisi modal manusia, perusahaan sudah memiliki basis data pelanggan dan rekanan bisnis yang dalam penggunaannya dilindungi dalam perjanjian kerja, sehingga mencegah penyalahgunaan oleh karyawan. Perusahaan secara aktif mengembangkan dan menjaga hubungan yang kuat dengan institusi bisnis, komunitas, maupun lingkungan akademis yang relevan.
2. Pengelola perusahaan secara umum belum melakukan pengawasan dan pengendalian atas pelanggaran merek yang dilakukan oleh perusahaan lain secara berkala. Selain itu karyawan maupun rekanan perusahaan belum

menandatangani perjanjian tertulis atas kepemilikan atas penemuan atau rahasia dagang. Hal lainnya adalah karyawan maupun rekanan belum menandatangani perjanjian untuk memastikan bahwa perusahaan yang memiliki hak cipta atas karya yang telah dibuat oleh karyawan dan perusahaan berhak untuk mengubah isi maupun menggunakan karya tersebut untuk kepentingan perusahaan.

3. Perusahaan belum memberikan jaminan kesejahteraan (gaji, fasilitas kesehatan, pensiun) yang cukup. Salah satu hal yang menyebabkan kondisi ini adalah perusahaan rintisan yang menjadi responden memiliki modal yang cenderung kecil, belum memiliki pendapatan yang signifikan, dan sedang berusaha untuk menjalankan bisnisnya pada kondisi yang stabil. Selain itu, sebagian besar investasi pada perusahaan rintisan yang menjadi responden berasal dari individu, dan berdasarkan pengamatan pada responden, pengelolaan perusahaan masih bersifat kekeluargaan atau pertemanan.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, pengelola perusahaan perlu untuk mengoptimalkan perlindungan aset tidak berwujud yang dimiliki, karena aset tidak berwujud merupakan aset penting dalam perusahaan berbasis teknologi informasi. Seiring dengan berkembangnya organisasi perusahaan, perlindungan legal akan kepemilikan kekayaan intelektual ini harus dilakukan agar perusahaan memiliki kepemilikan akan aset tidak berwujud ini secara sah menurut hukum. Pengakuan kepemilikan aset tidak berwujud secara sah menurut hukum ini penting apabila di kemudian hari terjadi sengketa atas kepemilikan aset tidak

berwujud, dan bisa menjadi sumber untuk memperoleh pendapatan dari pemakaian aset tidak berwujud yang sudah disahkan, oleh individu atau perusahaan lain, misalnya pada penggunaan merek, hak cipta, atau paten yang dimiliki oleh perusahaan.

Dari aspek regulasi, Pemerintah perlu memberikan sosialisasi awal mengenai hak atas kekayaan intelektual kepada perusahaan-perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi yang baru didirikan. Selain sosialisasi yang perlu untuk diberikan kepada pengelola perusahaan, proses pendaftaran hak atas kekayaan intelektual harus semakin dipermudah dan dapat dilakukan dengan biaya yang terjangkau. Dari sisi modal manusia, perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi juga perlu untuk diberikan sosialisasi yang menyeluruh mengenai hak dan kewajiban perusahaan terhadap karyawan, sehingga jaminan kesejahteraan sumberdaya manusia di perusahaan rintisan di bidang teknologi informasi dapat diselaraskan dengan regulasi terkait sistem ketenagakerjaan di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Beritasatu. 3 Juni 2012. *Potensi Besar, Startup Indonesia Semakin Berkembang*. <http://www.beritasatu.com/home/51735-potensi-besar-startup-indonesia-semakin-berkembang.html>. (Diakses 9 Juni 2012).
- Bland, J.M. dan Altman, D.G. 1997. "Statistics notes: Cronbach's alpha". *BMJ: British Medical Journal*, Vol. 314, No. 7080, p. 572.
- Brynjolfsson, Erik, Hitt, Lorin M., dan Yang, Shinkyu. 2002. "Intangible Assets: Computers and Organizational Capital". *Brookings Papers on Economic Activity*, Vol. 1, pp. 137-187.
- Chen, Peng, Ibbotson, Roger G., Milevsky, Moshe A. dan Zhu, Kevin X. 2006. "Human Capital, Asset Allocation, and Life Insurance". *Financial Analysts Journal*, Vol. 62, No. 1, pp. 97-109. CFA Institute.
- Cohen, J.A. 2005. *Intangible Assets: Valuation and Economic Benefit*. Willey Finance, USA.
- Damodaran, Aswath. 2002. *Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset*. John Willey & Sons Inc., New York.
- Damodaran, Aswath. Mei 2009. *Valuing Young, Start-up and Growth Companies: Estimation Issues and Valuation Challenges*. Stern School of Business, New York University.
- Damodaran, Aswath. September 2009. *Valuing Companies with intangible assets*. Stern School of Business.
- Danaher, Peter J., Wilson, Isaac and Davis, Robert. 2003. "A Comparison of Online and Offline Consumer Brand Loyalty". *Marketing Science*, Vol. 22, No. 4, pp. 461-476. INFORMS.
- Erkan, T.E., Gurson, P, Özdemir, Y.S. 2011. "Intellectual Capital Management Awareness and Level in Manufacturing Industry in Ankara". *International Journal of Business And Management Studies*, Vol 3, No 1, pp. 373-380.
- Fitz-enz, Jac. 2000. *ROI of Human Capital, Measuring the Economic Value of Employee Performance*. AMACOM, American Management Association.

- Hall, Richard. 1993. "A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage". *Strategic Management Journal*, Vol. 14, No. 8, pp. 607-618. Wiley-Blackwell.
- Hannah, David R. 2005. "Should I Keep a Secret? The Effects of Trade Secret Protection Procedures on Employees' Obligations to Protect Trade Secrets". *Organization Science*, Vol. 16, No. 1, pp. 71-84. INFORMS.
- Hormiga, E., Batista-Canino, R.M., Sánchez-Medina, A. 2010. "The role of intellectual capital in the success of new ventures". *International Entrepreneurship and Management Journal*, Volume 7, Issue 1, pp 71-92.
- Interbrand. 1997. *Brand Valuation Third Edition*. Premier Books, London.
- Keown, Lauriston L. dan Hakstian, A. Ralph. 1973. "Measures of Association for the Component Analysis of Likert Scale Data". *The Journal of Experimental Education*, Vol. 41, No. 3, pp. 22-27. Taylor & Francis, Ltd.
- Klink, Richard R. 2003. "Creating Meaningful Brands: The Relationship between Brand Name and Brand Mark". *Marketing Letters*, Vol. 14, No. 3, pp. 143-157. Springer.
- Kwok, Sai Ho dan Yang, Christopher C. 2003. "Copyright Protection Schemes for On-Line Media Distribution E-Services". *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 8, No. 2, pp.119-137. M.E. Sharpe, Inc.
- Lee, Choonwoo, Lee, Kyungmook dan Pennings, Johannes. 2001. "Internal Capabilities, External Networks, and Performance: A Study on Technology-Based Ventures". *Strategic Management Journal, Special Issue: Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation*, Vol. 22, No. 6/7, pp. 615-640. Wiley-Blackwell.
- Levenburg, N.M. dan Magal, S.R. 2005. "Applying Importance-Performance Analysis to Evaluate E-Business Strategies among Small Firms". *e-Service Journal*, Vol. 3, No. 3, pp. 29-48. Indiana University Press.
- Lin, Grace T. R. dan Tang, Jerry Y. H. 2009. "Appraising Intangible Assets from the Viewpoint of Value Drivers". *Journal of Business Ethics* 88:679-689.
- Louisot, Jean-Paul. 2004. "Managing Intangible Asset Risks: Reputation and Strategic Redeployment". *Risk Management, Palgrave Macmillan Journals*, Vol. 6, No. 3, pp. 35-50.

- MacLeod, Christine. 2012. "Reluctant Entrepreneurs: Patents and State Patronage in New Technosciences, circa 1870–1930". *Isis, The University of Chicago Press on behalf of The History of Science Society*, Vol. 103, No. 2, pp. 328-339.
- Martilla, John A., dan James, John C. 1977. "Importance-Performance Analysis". *The Journal of Marketing*, Vol. 41, No. 1, pp. 77-79. American Marketing Association.
- Mo, J.P.T. dan Zhou, M. 2003. "Tools and methods for managing intangible assets of virtual enterprise". *Journal of Computers in Industry*, Volume 51, Issue 2, pp. 197–210.
- Mueller, Dennis C. dan Supina, Dylan. 2002. "Goodwill Capital". *Small Business Economics, Special Issue: Institutions, Entrepreneurship and Firm Growth (II)*, Vol. 19, No. 3, pp. 233-253. Springer.
- Muliani, Anastasia Resti. 2007. *Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Bagi Usaha Kecil di Bidang Industri Kerajinan di Wilayah Kabupaten Bantul (Studi Kasus pada Kerajinan Bidang Pandan dan Enceng Gondok)*. Tesis Program Magister Notariat Universitas Diponegoro Semarang (Tidak dipublikasikan).
- Nasir, R., Ponnusamy, V. dan, Lee, K.M. 2007. "Copyright Protection In The Digital Era: A Malaysian Perspective". *MPRA (Munich Personal RePEc Archive) Paper*, No. 8253.
- Petkov, R. R. 2011. "The Current Financial Crisis and Its Potential Impact on Internally Generated Intangible Assets". *International Journal of Business & Management*, 6(3), 37-44.
- Rahayu, Endang Siti. 2005. "Kajian Pengembangan Teknopreneurship di Indonesia". *SEPA Vol.1 No.2 Februari 2005 : hal. 86-97*.
- Republik Indonesia. 2000. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang*.
- Republik Indonesia. 2001. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2001 tentang Paten*.
- Republik Indonesia. 2001. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek*.



- Republik Indonesia. 2002. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta*.
- Ruokolainen, Jari. 2004. "The Use of a Customer Reference for Marketing in Start-Up Technology Companies – A Constructive Study". *Paper at 23rd IMP-conference*. Thailand.
- Setoaji, Bonang. 2011. *Setelah Malang, Kini Palembang Bentuk Komunitas Startup*. <http://dailysocial.net/post/setelah-malang-kini-palembang-bentuk-komunitas-startup>. PT. Digital Startup Nusantara. (Diakses 9 Juni 2012).
- Thornhill, Stewart dan Amit, Raphael. 2003. "Learning about Failure: Bankruptcy, Firm Age, and the Resource-Based View". *Organization Science*, Vol. 14, No. 5, pp. 497-509. INFORMS.
- Wright, Tommy. 1992. "Lagrange's Identity Reveals Correlation Coefficient and Straight-Line Connection". *The American Statistician*, Vol. 46, No. 2.
- Wyatt, Anne. 2005. "Accounting Recognition of Intangible Assets: Theory and Evidence on Economic Determinants". *The Accounting Review*, Vol. 80, No. 3, pp. 967-1003.

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1: Kuesioner Penelitian



**PROGRAM MAGISTER EKONOMIKA PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

### KUESIONER

Sehubungan dengan keperluan pengumpulan data/informasi yang sangat dibutuhkan dalam rangka penulisan tesis, maka saya:

Nama : Wahyu Wijanarko  
NIM : 08/290312/PEK/13875  
Status : Mahasiswa Magister Ekonomika Pembangunan Universitas  
Gadjah Mada (MEP-UGM)  
Konsentrasi : Manajemen Aset dan Penilaian Properti (MAPP)  
Pembimbing : Dr. I Wayan Nuka Lantara, M.Si.

Mengharapkan bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr sebagai responden dalam penelitian yang berjudul "*Analisis Perlindungan Aset Tidak Berwujud Pada Perusahaan Rintisan di Bidang Teknologi Informasi Di Indonesia*". Informasi yang diperoleh dari kuesioner ini sepenuhnya untuk kepentingan penelitian dan data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya serta tidak disebarluaskan. Saya menganggap bahwa semua jawaban/pandangan/persepsi yang Bapak/Ibu/Sdr berikan adalah benar adanya dan sesuai dengan kondisi yang dirasakan/dipersepsikan.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Sdr, saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Juni 2012  
Hormat saya,

Wahyu Wijanarko

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama Lengkap : .....

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan \*)

Usia : .....

Pendidikan terakhir / Jurusan : .....

Email : .....

Nama Perusahaan : .....

Website : .....

Tanggal Pengisian : .....

Tanda Tangan : .....

\*) coret yang tidak perlu

**II. PERTANYAAN UMUM**

1. Kapan perusahaan mulai didirikan?

.....

2. Legalitas perusahaan (lingkari yang sesuai) :

- a. PT
- b. CV
- c. UD
- d. Firma
- e. Tidak memiliki ijin
- f. Lainnya, sebutkan

.....

3. Sumber permodalan usaha (lingkari yang sesuai) :

- a. Modal sendiri
- b. Modal bersama beberapa orang
- c. Modal sebagian/seluruhnya dari perusahaan lain di dalam negeri
- d. Penanaman Modal Asing

4. Jumlah modal awal pendirian usaha

- a. 0 – 50 Juta Rupiah
- b. 51 – 100 Juta Rupiah
- c. 100 – 500 Juta Rupiah
- d. 500 juta – 1 Milyar Rupiah
- e. > 1 Milyar Rupiah

5. Deskripsikan dengan singkat jabatan atau peran dan deskripsi pekerjaan Anda dalam perusahaan.

.....

.....

6. Berapa orang jumlah pegawai yang ada di perusahaan Anda?

.....

7. Jabarkan produk-produk dan layanan-layanan yang menjadi sumber penghasilan bagi perusahaan Anda.

.....

.....

.....

.....

### III. PERTANYAAN PENELITIAN

#### Petunjuk Pengisian Kuesioner

- a. Berilah tanda (√) pada kolom yang Anda pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- b. Alternatif jawaban:
  - Sangat Tidak Setuju (STS)
  - Tidak Setuju (TS)
  - Ragu-ragu (R)
  - Setuju (S)
  - Sangat Setuju (SS)

#### ASPEK KEPENTINGAN

Aspek kepentingan digunakan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pernyataan di bawah menurut Anda penting untuk dilaksanakan.

No.	Pernyataan Merek Dagang (X1)	KEPENTINGAN				
		STS	TS	R	S	SS
1	Perusahaan memiliki merek yang digunakan untuk melakukan bisnis yang sudah didaftarkan di institusi pendaftaran hak atas kekayaan intelektual					
2	Perusahaan memiliki nama domain internet yang sesuai dengan nama merek, dengan detail ( <i>whois data</i> ) yang akurat					
3	Perusahaan lain menggunakan merek yang dimiliki perusahaan di bawah perjanjian tertulis, dan mengikuti standar kualitas yang telah ditentukan					
4	Perusahaan secara berkala melakukan pengawasan dan pengendalian atas pelanggaran merek yang dilakukan oleh perusahaan lain					
No.	Pernyataan Paten / Rahasia Dagang (X2)	KEPENTINGAN				
		STS	TS	R	S	SS
1	Perusahaan mendaftarkan hasil penemuan (perangkat lunak, algoritma, metode bisnis) ke institusi pendaftaran HKI					
2	Perusahaan melakukan pencegahan agar tidak melakukan pelanggaran penemuan maupun rahasia dagang yang sudah dimiliki oleh institusi lain					
3	Karyawan maupun rekanan perusahaan telah menandatangani perjanjian tertulis atas kepemilikan atas penemuan atau rahasia dagang					
4	Perusahaan memiliki prosedur dalam mengidentifikasi dan melindungi hasil penemuan, rencana perusahaan yang dirahasiakan, maupun rahasia dagang yang dimiliki					

5	Perusahaan secara teratur melakukan pengawasan dan pengendalian di pasar terhadap kemungkinan pelanggaran paten					
---	---	--	--	--	--	--

No.	Pernyataan Hak Cipta (X3)	KEPENTINGAN				
		STS	TS	R	S	SS
1	Perusahaan tidak menampilkan konten digital yang melanggar hak cipta institusi lain					
2	Semua konten yang diterbitkan oleh perusahaan sudah dilindungi oleh hak cipta yang telah diregistrasikan					
3	Karyawan maupun rekanan telah menandatangani perjanjian untuk memastikan bahwa perusahaan yang memiliki hak cipta atas karya yang telah dibuat oleh karyawan dan perusahaan berhak untuk mengubah isi maupun menggunakan karya tersebut untuk kepentingan perusahaan					
No.	Pernyataan Itikad Baik (X4)	KEPENTINGAN				
		STS	TS	R	S	SS
1	Perusahaan memiliki basis data pelanggan dan rekanan bisnis yang dalam penggunaannya dilindungi dalam perjanjian kerja, sehingga mencegah penyalahgunaan oleh karyawan					
2	Perusahaan memiliki konsultan yang memberikan nasihat dalam penanganan legalitas (pembelian, penjualan, tenaga kerja, asuransi)					
3	Perusahaan secara aktif mengembangkan dan menjaga hubungan yang kuat dengan institusi bisnis, komunitas, maupun lingkungan akademis yang relevan					
4	Perusahaan melakukan evaluasi rutin dan perekaman atas aktivitas pelanggan maupun rekanan bisnis					
No.	Pernyataan Modal Manusia (X5)	KEPENTINGAN				
		STS	TS	R	S	SS
1	Perusahaan memiliki manajemen senior yang memiliki pengalaman dan tingkat keahlian yang tinggi di dalam lingkup industri yang dijalankan					
2	Perusahaan melakukan upaya peningkatan kapasitas sumberdaya manusia melalui pemberian pelatihan					
3	Perusahaan memberikan jaminan kesejahteraan (gaji, fasilitas kesehatan, pensiun) yang memadai					

4	Perusahaan memberikan perangkat dan fasilitas pendukung kerja (komputer, tempat kerja, sambungan internet) bagi karyawan					
5	Perusahaan secara aktif melakukan pendataan pengetahuan karyawan dalam database ( <i>knowledge base</i> , FAQ, SOP) untuk melindungi jalannya bisnis apabila karyawan tersebut berhenti bekerja					

### ASPEK KINERJA

Aspek kinerja ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pernyataan di bawah ini sudah dilaksanakan oleh perusahaan Anda.

No.	Pernyataan Merek Dagang (X1)	KINERJA				
		STS	TS	R	S	SS
1	Perusahaan memiliki merek yang digunakan untuk melakukan bisnis yang sudah didaftarkan di institusi pendaftaran hak atas kekayaan intelektual					
2	Perusahaan memiliki nama domain internet yang sesuai dengan nama merek, dengan detail ( <i>whois data</i> ) yang akurat					
3	Perusahaan lain menggunakan merek yang dimiliki perusahaan di bawah perjanjian tertulis, dan mengikuti standar kualitas yang telah ditentukan					
4	Perusahaan secara berkala melakukan pengawasan dan pengendalian atas pelanggaran merek yang dilakukan oleh perusahaan lain					
No.	Pernyataan Patent / Rahasia Dagang (X2)	KINERJA				
		STS	TS	R	S	SS
1	Perusahaan mendaftarkan hasil penemuan (perangkat lunak, algoritma, metode bisnis) ke institusi pendaftaran HKI					
2	Perusahaan melakukan pencegahan agar tidak melakukan pelanggaran penemuan maupun rahasia dagang yang sudah dimiliki oleh institusi lain					
3	Karyawan maupun rekanan perusahaan telah menandatangani perjanjian tertulis atas kepemilikan atas penemuan atau rahasia dagang					
4	Perusahaan memiliki prosedur dalam mengidentifikasi dan melindungi hasil penemuan, rencana perusahaan yang dirahasiakan, maupun rahasia dagang yang dimiliki					
5	Perusahaan secara teratur melakukan pengawasan dan pengendalian di pasar terhadap kemungkinan pelanggaran paten					
No.	Pernyataan Hak Cipta (X3)	KINERJA				
		STS	TS	R	S	SS
1	Perusahaan tidak menampilkan konten digital yang melanggar hak cipta institusi lain					
2	Semua konten yang diterbitkan oleh perusahaan sudah dilindungi oleh hak cipta yang telah diregistrasikan					
3	Karyawan maupun rekanan telah menandatangani perjanjian untuk memastikan bahwa perusahaan					



	yang memiliki hak cipta atas karya yang telah dibuat oleh karyawan dan perusahaan berhak untuk mengubah isi maupun menggunakan karya tersebut untuk kepentingan perusahaan					
<b>No.</b>	<b>Pernyataan Itikad Baik (X4)</b>	<b>KINERJA</b>				
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Perusahaan memiliki basis data pelanggan dan rekanan bisnis yang dalam penggunaannya dilindungi dalam perjanjian kerja, sehingga mencegah penyalahgunaan oleh karyawan					
2	Perusahaan memiliki konsultan yang memberikan nasihat dalam penanganan legalitas (pembelian, penjualan, tenaga kerja, asuransi)					
3	Perusahaan secara aktif mengembangkan dan menjaga hubungan yang kuat dengan institusi bisnis, komunitas, maupun lingkungan akademis yang relevan					
4	Perusahaan melakukan evaluasi rutin dan perekaman atas aktivitas pelanggan maupun rekanan bisnis					
<b>No.</b>	<b>Pernyataan Modal Manusia (X5)</b>	<b>KINERJA</b>				
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Perusahaan memiliki manajemen senior yang memiliki pengalaman dan tingkat keahlian yang tinggi di dalam lingkup industri yang dijalankan					
2	Perusahaan melakukan upaya peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pemberian pelatihan					
3	Perusahaan memberikan jaminan kesejahteraan (gaji, fasilitas kesehatan, pensiun) yang memadai					
4	Perusahaan memberikan perangkat dan fasilitas pendukung kerja (komputer, tempat kerja, sambungan internet) bagi karyawan					
5	Perusahaan secara aktif melakukan pendataan pengetahuan karyawan dalam database ( <i>knowledge base</i> , FAQ, SOP) untuk melindungi jalannya bisnis apabila karyawan tersebut berhenti bekerja					

**IV. PERTANYAAN KHUSUS**

1. Apakah sudah ada merek yang didaftarkan ke Ditjen HAKI terkait dengan usaha Anda?
  - a. Belum ada
  - b. Sudah pernah ada rencana
  - c. Sudah pernah konsultasi dengan konsultan HAKI
  - d. Sudah memasukkan berkas pendaftaran Merek
  - e. Sudah ada surat keputusan merek dari Ditjen HAKI
2. Apakah ada kode program atau konten yang sudah didaftarkan hak cipta/patennya ke Ditjen HAKI?
  - a. Belum ada
  - b. Sudah pernah ada rencana
  - c. Sudah pernah konsultasi dengan konsultan HAKI
  - d. Sudah memasukkan berkas pendaftaran hak cipta
  - e. Sudah ada surat keputusan hak cipta atau paten dari Ditjen HAKI

## Lampiran 2: Persepsi Kepentingan

No.	X11	X12	X13	X14	X21	X22	X23	X24	X25	X31	X32	X33	X41	X42	X43	X44	X51	X52	X53	X54	X55
1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5
2	5	5	1	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4
6	5	2	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	5	3	4	5	5	5	4
7	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	3	5	4	2	4	4	5	4
9	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
10	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	5	5	4	4	4	5	3
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
13	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	4	2	2	4	3	4	3
14	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
16	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	4	1	4	4	5	5	5	4	2	4	5	5	3	5	4	4	4	5	4	5
19	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4
20	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3
22	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	3	5	5	4	1	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3
25	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	3	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4
26	4	5	3	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5
27	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
28	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	3
29	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
30	5	5	5	5	3	4	5	5	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5
31	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5
32	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	4
33	2	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
34	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4

Sumber: Data primer diolah, 2012

### Lampiran 3: Persepsi Kinerja

No.	Y11	Y12	Y13	Y14	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y31	Y32	Y33	Y41	Y42	Y43	Y44	Y51	Y52	Y53	Y54	Y55
1	5	5	2	4	2	4	3	5	2	5	3	3	3	2	5	5	5	5	3	5	4
2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4
5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4
6	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	3	2	4	3	3	4	3	5	5	5	5
7	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	1	5	1	1	1	5	1	1	4	5	5	4	2	1	1	1	1	4	4	4	4
9	4	5	4	4	3	4	4	3	3	5	5	5	4	3	4	3	2	5	5	5	5
10	3	5	4	3	3	4	4	4	3	5	3	4	5	3	5	5	3	4	2	4	4
11	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5
12	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
13	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3
14	2	5	2	2	2	4	4	3	2	5	2	4	2	3	5	4	4	4	4	4	4
15	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5
16	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	3	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4
19	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4
20	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	3	4	5	3	3	5	3	5	5	5	5
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	2	2	4	2	5	4	4	5	3
22	4	2	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
23	2	5	1	2	2	2	1	2	1	5	1	1	5	4	4	3	1	1	1	1	1
24	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
25	5	5	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4
26	3	5	3	4	2	4	4	4	4	3	3	5	5	2	4	4	2	4	3	4	4
27	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4
28	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3
29	2	5	3	4	1	4	2	1	3	3	4	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1
30	2	5	2	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5
31	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5
32	2	5	4	4	2	4	2	4	3	4	3	2	2	2	5	4	3	4	4	4	4
33	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
34	2	4	3	2	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3

Sumber: Data primer diolah, 2012

### Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Total_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	,255	,327	,608(**)	,753(**)
	Sig. (2-tailed)		,146	,059	,000	,000
	N	34	34	34	34	34
X1_2	Pearson Correlation	,255	1	,332	,282	,590(**)
	Sig. (2-tailed)	,146		,055	,106	,000
	N	34	34	34	34	34
X1_3	Pearson Correlation	,327	,332	1	,401(*)	,784(**)
	Sig. (2-tailed)	,059	,055		,019	,000
	N	34	34	34	34	34
X1_4	Pearson Correlation	,608(**)	,282	,401(*)	1	,748(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,106	,019		,000
	N	34	34	34	34	34
Total_X1	Pearson Correlation	,753(**)	,590(**)	,784(**)	,748(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	34	34	34	34	34

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,669	4

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Correlations**

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	Total_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	,628(**)	,506(**)	,615(**)	,449(**)	,807(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,008	,000
	N	34	34	34	34	34	34
X2_2	Pearson Correlation	,628(**)	1	,635(**)	,701(**)	,502(**)	,857(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,003	,000
	N	34	34	34	34	34	34
X2_3	Pearson Correlation	,506(**)	,635(**)	1	,717(**)	,370(*)	,801(**)
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,031	,000
	N	34	34	34	34	34	34
X2_4	Pearson Correlation	,615(**)	,701(**)	,717(**)	1	,501(**)	,875(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,003	,000
	N	34	34	34	34	34	34
X2_5	Pearson Correlation	,449(**)	,502(**)	,370(*)	,501(**)	1	,691(**)
	Sig. (2-tailed)	,008	,003	,031	,003		,000
	N	34	34	34	34	34	34
Total_X2	Pearson Correlation	,807(**)	,857(**)	,801(**)	,875(**)	,691(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	34	34	34	34	34	34

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,864	5

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Correlations**

		X3_1	X3_2	X3_3	Total_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	,428(*)	,150	,731(**)
	Sig. (2-tailed)		,011	,397	,000
	N	34	34	34	34
X3_2	Pearson Correlation	,428(*)	1	,539(**)	,852(**)
	Sig. (2-tailed)	,011		,001	,000
	N	34	34	34	34
X3_3	Pearson Correlation	,150	,539(**)	1	,700(**)
	Sig. (2-tailed)	,397	,001		,000
	N	34	34	34	34
Total_X3	Pearson Correlation	,731(**)	,852(**)	,700(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	34	34	34	34

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,631	3

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Correlations**

		X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	Total_X4
X4_1	Pearson Correlation	1	,278	,035	,304	,582(**)
	Sig. (2-tailed)		,111	,844	,080	,000
	N	34	34	34	34	34
X4_2	Pearson Correlation	,278	1	,161	,543(**)	,794(**)
	Sig. (2-tailed)	,111		,363	,001	,000
	N	34	34	34	34	34
X4_3	Pearson Correlation	,035	,161	1	,354(*)	,500(**)
	Sig. (2-tailed)	,844	,363		,040	,003
	N	34	34	34	34	34
X4_4	Pearson Correlation	,304	,543(**)	,354(*)	1	,819(**)
	Sig. (2-tailed)	,080	,001	,040		,000
	N	34	34	34	34	34
Total_X4	Pearson Correlation	,582(**)	,794(**)	,500(**)	,819(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,000	
	N	34	34	34	34	34

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,619	4

Sumber: Data primer diolah, 2012



**Correlations**

		X5_1	X5_2	X5_3	X5_4	X5_5	Total_X5
X5_1	Pearson Correlation	1	,542(**)	,551(**)	,487(**)	,497(**)	,839(**)
	Sig. (2-tailed)		,001	,001	,003	,003	,000
	N	34	34	34	34	34	34
X5_2	Pearson Correlation	,542(**)	1	,731(**)	,582(**)	,368(*)	,791(**)
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,032	,000
	N	34	34	34	34	34	34
X5_3	Pearson Correlation	,551(**)	,731(**)	1	,395(*)	,537(**)	,811(**)
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,021	,001	,000
	N	34	34	34	34	34	34
X5_4	Pearson Correlation	,487(**)	,582(**)	,395(*)	1	,331	,691(**)
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,021		,056	,000
	N	34	34	34	34	34	34
X5_5	Pearson Correlation	,497(**)	,368(*)	,537(**)	,331	1	,728(**)
	Sig. (2-tailed)	,003	,032	,001	,056		,000
	N	34	34	34	34	34	34
Total_X5	Pearson Correlation	,839(**)	,791(**)	,811(**)	,691(**)	,728(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	34	34	34	34	34	34

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,815	5

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Correlations**

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Total_Y1
Y1_1	Pearson Correlation	1	,199	,649(**)	,625(**)	,830(**)
	Sig. (2-tailed)		,260	,000	,000	,000
	N	34	34	34	34	34
Y1_2	Pearson Correlation	,199	1	,242	,241	,519(**)
	Sig. (2-tailed)	,260		,168	,170	,002
	N	34	34	34	34	34
Y1_3	Pearson Correlation	,649(**)	,242	1	,697(**)	,857(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,168		,000	,000
	N	34	34	34	34	34
Y1_4	Pearson Correlation	,625(**)	,241	,697(**)	1	,843(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,170	,000		,000
	N	34	34	34	34	34
Total_Y1	Pearson Correlation	,830(**)	,519(**)	,857(**)	,843(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	
	N	34	34	34	34	34

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	4

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Correlations**

		Y2_1	Y2_2	Y2_3	Y2_4	Y2_5	Total_Y2
Y2_1	Pearson Correlation	1	,350(*)	,562(**)	,531(**)	,464(**)	,734(**)
	Sig. (2-tailed)		,042	,001	,001	,006	,000
	N	34	34	34	34	34	34
Y2_2	Pearson Correlation	,350(*)	1	,580(**)	,473(**)	,708(**)	,764(**)
	Sig. (2-tailed)	,042		,000	,005	,000	,000
	N	34	34	34	34	34	34
Y2_3	Pearson Correlation	,562(**)	,580(**)	1	,757(**)	,588(**)	,874(**)
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000
	N	34	34	34	34	34	34
Y2_4	Pearson Correlation	,531(**)	,473(**)	,757(**)	1	,541(**)	,829(**)
	Sig. (2-tailed)	,001	,005	,000		,001	,000
	N	34	34	34	34	34	34
Y2_5	Pearson Correlation	,464(**)	,708(**)	,588(**)	,541(**)	1	,811(**)
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000	,001		,000
	N	34	34	34	34	34	34
Total_Y2	Pearson Correlation	,734(**)	,764(**)	,874(**)	,829(**)	,811(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	34	34	34	34	34	34

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,861	5

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Correlations**

		Y3_1	Y3_2	Y3_3	Total_Y3
Y3_1	Pearson Correlation	1	,275	,200	,647(**)
	Sig. (2-tailed)		,116	,257	,000
	N	34	34	34	34
Y3_2	Pearson Correlation	,275	1	,568(**)	,811(**)
	Sig. (2-tailed)	,116		,000	,000
	N	34	34	34	34
Y3_3	Pearson Correlation	,200	,568(**)	1	,797(**)
	Sig. (2-tailed)	,257	,000		,000
	N	34	34	34	34
Total_Y3	Pearson Correlation	,647(**)	,811(**)	,797(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	34	34	34	34

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,614	3

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Correlations**

		Y4_1	Y4_2	Y4_3	Y4_4	Total_Y4
Y4_1	Pearson Correlation	1	,630(**)	,435(*)	,575(**)	,797(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,010	,000	,000
	N	34	34	34	34	34
Y4_2	Pearson Correlation	,630(**)	1	,548(**)	,564(**)	,817(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,001	,000
	N	34	34	34	34	34
Y4_3	Pearson Correlation	,435(*)	,548(**)	1	,749(**)	,828(**)
	Sig. (2-tailed)	,010	,001		,000	,000
	N	34	34	34	34	34
Y4_4	Pearson Correlation	,575(**)	,564(**)	,749(**)	1	,874(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000
	N	34	34	34	34	34
Total_Y4	Pearson Correlation	,797(**)	,817(**)	,828(**)	,874(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	34	34	34	34	34

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,848	4

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Correlations**

		Y5_1	Y5_2	Y5_3	Y5_4	Y5_5	Total_Y5
Y5_1	Pearson Correlation	1	,600(**)	,491(**)	,597(**)	,516(**)	,752(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000	,002	,000
	N	34	34	34	34	34	34
Y5_2	Pearson Correlation	,600(**)	1	,754(**)	,816(**)	,850(**)	,912(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	34	34	34	34	34	34
Y5_3	Pearson Correlation	,491(**)	,754(**)	1	,823(**)	,856(**)	,885(**)
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000	,000	,000
	N	34	34	34	34	34	34
Y5_4	Pearson Correlation	,597(**)	,816(**)	,823(**)	1	,855(**)	,925(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	34	34	34	34	34	34
Y5_5	Pearson Correlation	,516(**)	,850(**)	,856(**)	,855(**)	1	,919(**)
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000		,000
	N	34	34	34	34	34	34
Total_Y5	Pearson Correlation	,752(**)	,912(**)	,885(**)	,925(**)	,919(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	34	34	34	34	34	34

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	5

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Lampiran 5: Data Distribusi Responden**

NO	J_KEL	USIA	PDIDIK
1	A1	37	S1
2	A1	24	S1
3	A1	28	S1
4	A1	26	S1
5	A2	22	S1
6	A1	28	S1
7	A1	26	S1
8	A1	31	S1
9	A1	30	D3
10	A1	21	SMA
11	A1	39	S1
12	A1	38	S1
13	A1	26	S1
14	A1	29	-
15	A1	34	SMA
16	A1	29	S1
17	A1	32	S2
18	A1	31	S1
19	A1	26	S1
20	A1	29	S1
21	A1	30	S2
22	A1	25	S1
23	A1	32	S2
24	A1	32	S1
25	A1	32	S2
26	A1	24	S1
27	A1	28	S1
28	A1	26	S1
29	A1	23	S1
30	A1	32	S1
31	A1	30	S1
32	A1	28	S1
33	A1	19	SMA
34	A1	21	S1

Sumber: Data primer diolah, 2012

**Lampiran 6: Data Distribusi Perusahaan**

NO	BDN_HUKUM	JLM_MODAL	SBR_MODAL	JML_PEGAWAI
1	PT	100	GRUP	24
2	NO	50	SELF	4
3	NO	50	SELF	5
4	PT	51	GRUP	8
5	UD	500	SELF	7
6	NO	50	SELF	2
7	PT	51	SELF	2
8	NO	500	PMDN	6
9	PT	51	GRUP	4
10	NO	50	GRUP	6
11	PT	100	SELF	4
12	NO	50	SELF	5
13	CV	50	GRUP	15
14	-	50	GRUP	5
15	CV	100	SELF	3
16	PT	51	GRUP	18
17	PT	500	SELF	10
18	CV	50	SELF	5
19	PT	50	GRUP	4
20	FA	51	GRUP	8
21	CV	50	SELF	7
22	PT	500	GRUP	20
23	NO	50	GRUP	1
24	NO	50	GRUP	14
25	PT	1M	GRUP	32
26	-	50	SELF	4
27	PT	51	GRUP	10
28	CV	51	SELF	7
29	-	50	GRUP	2
30	CV	51	SELF	10
31	PT	1M	SELF	75
32	CV	50	SELF	25
33	CV	50	GRUP	3
34	UD	50	GRUP	6

Sumber: Data primer diolah, 2012



**Lampiran 7: Data Pertanyaan Khusus**

NO	DFT_MERREK	DFT_PATEN
1	4	1
2	2	1
3	5	5
4	1	2
5	1	1
6	1	2
7	2	1
8	1	1
9	1	1
10	1	1
11	5	5
12	1	1
13	1	1
14	2	1
15	2	2
16	3	3
17	4	1
18	1	1
19	2	1
20	2	2
21	1	1
22	4	4
23	2	2
24	2	1
25	5	1
26	2	1
27	5	1
28	2	2
29	1	1
30	2	2
31	4	4
32	1	1
33	1	1
34	5	1

Sumber: Data primer diolah, 2012