

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai lembaga keuangan yang memediasi pihak terkait untuk melakukan transaksi pembelian dan penjualan efek. Berdasarkan Undang-Undang Pasar Modal (UUPM) Pasal 1 No. 5, efek adalah surat berharga yang diperjual belikan melalui pasar modal, meliputi obligasi, saham, dan surat berharga komersial. BEI secara resmi beroperasi pada tanggal 1 Desember 2007, lembaga ini merupakan penggabungan antara Bursa Efek Surabaya (BES) dan Bursa Efek Jakarta (BEJ). Peleburan ini dilakukan untuk memaksimalkan aspek kompetitif dengan mendorong perdagangan efek yang efektif dan efisien, serta dapat memudahkan kesempatan kepada pihak-pihak berkepentingan.

Bursa Efek Indonesia (BEI) mengumumkan peluncuran indeks sektoral bulan Januari 2020, BEI secara resmi mempraktikkan klasifikasi sektor industri *IDX Industrial Classification* (IDX-IC), yang sebelumnya menerapkan sistem kategorisasi *Jakarta Stock Industrial Classification* (JASICA) per tahun 1996. Berdasarkan informasi resmi yang dilansir melalui *website idx.com*, BEI telah melakukan kajian terhadap pengelompokan-pengelompokan industri dengan melakukan berdiskusi bersama pelaksana pasar yang meliputi penyelidik pasar modal dan manajer investasi, serta berdialog bersama para praktisi dan institusi pemerintahan. Melalui hasil kajian tersebut, BEI secara resmi mengklasifikasikan industri “*Indonesia Stock Exchange Industrial Classification (IDX-IC)*” untuk dijadikan sebagai sistem pengelompokan perusahaan yang tercatat di BEI.

Berdasarkan sistem klasifikasi IDX-IC, terdapat 12 sektor yang di antaranya adalah *Energy, Consumer Cyclical, Consumer Non-Cyclical, Technology, Basic Materials, Healthcare, Infrastructure, Industrials, Financials, Transportation and Logistics, Property and Real Estate, and Listed Investment Products*. Pada

penelitian ini, penulis melakukan uji empiris terhadap perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* sebagai objek penelitian. Jumlah perusahaan sektor ini yang tercatat di Bursa Efek Indonesia sebanyak 111 perusahaan dengan 57 entitas teridentifikasi berstatus utama, 49 entitas teridentifikasi berstatus pengembangan, dan 5 teridentifikasi berstatus akselerasi pada papan pencatatan BEI.

Apriyani (2022) dalam penelitiannya mengutarakan bahwa *consumer non-cyclicals* merupakan sektor industri memiliki kegiatan utama untuk melakukan produksi dan distribusi barang/jasa yang akan digunakan oleh masyarakat luas. Hal sependapat yang dikemukakan oleh Dwicahyani et al. (2022) bahwa sektor ini bersifat anti-siklis atau barang primer, sehingga terdapat kedudukan yang strategis dalam upaya menentramkan masyarakat karena berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari.

Berikut industri sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia:

**Tabel 1. 1** *Industri Sektor Consumer Non-Cyclicals pada Bursa Efek Indonesia*

Sektor	Industri
<b>Consumer Non-Cyclicals</b>	<i>Food and Staples Retailing</i>
	<i>Beverages</i>
	<i>Processed Foods</i>
	<i>Agricultural Foods</i>
	<i>Tobacco</i>
	<i>Household Products</i>
	<i>Personal Care Product</i>

Sumber: IDX (data yang diolah, 2023)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan mempunyai misi untuk menyejahterakan pemegang saham dan meningkatkan nilai perusahaan dengan memaksimalkan kinerja keuangannya (Dwicahyani et al., 2022). Berkaitan dengan pernyataan oleh Wijaya et al. (2021),

bahwa perusahaan perlu menekankan kinerjanya dengan melakukan pertimbangan atas kebutuhan, kepentingan, serta regulasi perusahaan yang dapat berdampak kepada pihak-pihak operasional dan non operasional perusahaan. Hal serupa dinyatakan oleh Deegan (Wijaya et al., 2021), bahwa menyejahterakan berbagai *stakeholder* dapat mencerminkan kinerja perusahaan, terutama pada kinerja saham.

Berdasarkan uji empiris penelitian yang dilakukan oleh T. Yuliana (2020), kinerja saham perusahaan saham berpengaruh secara akurat terhadap nilai perusahaan. Hal serupa menurut Harmono (Lumoly et al., 2018) bahwa nilai perusahaan ialah suatu kinerja perusahaan yang divisualisasikan oleh nilai saham dan dapat merefleksikan persepsi masyarakat terhadap prospek perusahaan di masa depan.

Undang-Undang Pasar Modal No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (*capital market*), mendefinisikan pasar modal sebagai aktivitas yang bersangkutan dengan negosiasi umum dan perdagangan efek, perusahaan *go public* yang berhubungan dengan efek yang diterbitkan, serta institusi dan pekerjaan yang berhubungan dengan efek. Dalam Undang-Undang Pasar Modal (UUPM) Pasal 1 No. 5, efek merupakan surat berharga yang diperjualbelikan di pasar modal, meliputi surat utang atau obligasi, saham, dan surat berharga komersial.

Pada Bursa Efek Indonesia terdapat beberapa industri yang melakukan perdagangan efek, salah satunya adalah industri *Consumer non-cyclicals*. Sektor industri ini menjadi salah satu sektor yang dianggap stabil dan tidak rentan tergerak akibat perubahan kondisi dan ekonomi walaupun terjadi kemerosotan nilai karena termasuk dalam bidang kebutuhan utama manusia. Kinerja saham dapat diukur melalui nilai *return* saham suatu entitas selama rentan waktu khusus. Penilaian performa ini menjadi pecahan dari sistem analisis sekuritas dalam melakukan investasi.

Menurut Surtiningsih dan Wijaksana (2015) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa sektor *consumer non-cyclicals* memiliki prospek yang positif di masa depan, disebabkan sektor ini meliputi barang primer yang

dibutuhkan sehari-hari oleh masyarakat. Pernyataan ini didukung oleh penelitian Pratiwi et al. (2021) menarasikan bahwa indeks *consumer non-cyclicals* selama sepuluh tahun terakhir memiliki tingkat *return* saham dengan persentase 205,77% yang lebih unggul dibandingkan dengan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dengan persentase 148,57% di tahun 2019. Nugroho & Munari (2021) juga menyatakan bahwa sektor consumer secara keseluruhan memiliki kapitalisasi pasar sejumlah Rp1.170,94 triliun atau sebesar 16,1% dari total bidang industri yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) di periode yang sama.

Meskipun nilai *return* dari sektor *consumer non-cyclicals* lebih baik dari IHSG, pada kenyataannya sektor ini juga akan mengalami fluktuasi. Ardiansah dan Wahyudi (2022) menyebutkan akumulasi perusahaan yang mengalami kerugian dari tahun 2016 hingga 2019 secara berturut-turut sejumlah 13, 17, 19, dan 20 perusahaan. Berdasarkan data *Indonesia Stock Exchange (IDX)*, melalui pernyataan Avikasari dan Permadhy (2022), perkembangan laba bersih di sektor *consumer non-cyclicals* mengalami penurunan yang signifikan. Rata-rata laba bersih di 35% perusahaan sektor ini adalah 1.576.839 di tahun 2018, menurun menjadi 1.500.102 di tahun 2019.

Berdasarkan fenomena tersebut menunjukkan adanya ketidakpastian kondisi kinerja perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals*. Dalam meningkatkan nilai perusahaan, manajemen perlu bergerak untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan terhadap calon investor yang akan menanamkan saham akibat ketidakpastian kondisi keuangan yang fluktuatif. Dinyatakan oleh Wernelfelt (Ramadhan dan Laksito, 2022), bahwa perlu mengulik terkait kapabilitas suatu entitas untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki agar tercipta keunggulan kompetitif. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan memperhatikan berbagai macam faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Faktor pertama adalah *intellectual capital*. Modal intelektual oleh Yuliana dan Khoiriyah (2018) merupakan ekosistem manusia dalam suatu entitas yang dapat

memberikan aspek kompetitif berupa intelektualitas, pemanfaatan data dan informasi, serta pengalaman yang dimanfaatkan untuk menyejahterakan perusahaan. Pemahaman modal intelektual juga dinyatakan oleh Wernelfet (Khayati et al.,2022), bahwa tingkat *intellectual capital* dari suatu perusahaan dapat menciptakan strategi yang tepat untuk meningkatkan karakteristik positif pada dunia bisnis yang kompetitif, sehingga berpengaruh pada keberlanjutan perusahaan.

Dalam penelitiannya, Sianty et al. (2018) menemukan hasil bahwa *intellectual capital* berpengaruh pada aspek nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung oleh Santiani et al. (2018) membuktikan nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh modal intelektual. Tetapi, terjadi perbedaan pendapat dan hasil penemuan yang dilakukan oleh Putri (2022) yang menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil temuan yang sama dilakukan oleh No et al. (2022) menyimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara *intellectual capital* dan nilai perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan memiliki hubungan dengan pihak manajemen dan pemegang saham. Utamanya bagi pihak manajemen sekaligus pemegang saham akan memaksimalkan kinerjanya untuk nilai perusahaan (Apriantini et al., 2022). Putranto dan Kurniawan (2018) menyebutkan bahwa kepemilikan manajemen ialah perbandingan pemegang saham manajemen yang terlibat secara aktif dalam melakukan penetapan keputusan perusahaan oleh direksi dan komisaris. Makin besar kepemilikan suatu saham perusahaan berdasarkan sisi manajerial, maka pihak manajerial akan bekerja lebih optimal dalam meningkatkan kredibilitas, maka nilai perusahaan juga akan meningkat (Putranto dan Kurniawan, 2018). Kemudian hal yang berkaitan dikemukakan dalam buku konsep dan implikasi nilai perusahaan oleh Marantika (2012) bahwa semakin besar kedudukan manajer dalam kepemilikan institusi, maka terdapat hubungan positif terhadap nilai perusahaan karena tindakan produktif manajer dalam memaksimalkan kinerjanya. Oleh karena itu, faktor berikutnya yang akan diteliti adalah kepemilikan manajerial.

Penelitian terkait hubungan antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan telah diamati oleh YC Kruce (2022) yang menemukan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Penelitian juga dilakukan oleh Fana dan Prena (2021) yang mendeteksi bahwa adanya koneksi positif antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Hubungan positif keduanya tidak menjamin adanya konsistensi penemuan yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Penelitian dilakukan oleh Apriantini et al. (2022), menunjukkan hasil yang membuktikan bahwa tidak ada hubungan parsial antara *managerial ownership* dan nilai perusahaan. Tidak adanya pengaruh kedua variabel tersebut juga dibuktikan oleh penemuan yang dilakukan Lestari et al. (2022) yang menerangkan tidak adanya korelasi yang positif dan signifikan antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Dalam menjalankan aktivitas operasional, perusahaan perlu berada pada kondisi yang *profitable* atau menguntungkan, sehingga ketika perusahaan memiliki tingkat profit yang tinggi maka demikian akan turut meningkatkan nilai perusahaannya (Ali dan Faroji, 2021). Profitabilitas berkenaan dengan kesanggupan perusahaan untuk menciptakan laba dan mengukur tingkat keuntungan efisiensi operasional dalam memanfaatkan asetnya, dan menjadi salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan (Hirdinis, 2019). Pernyataan ini didukung oleh Sari (2020), menerangkan bahwa profitabilitas merupakan prasyarat penting untuk menjaga keberlanjutan jangka panjang perusahaan dan merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap pencapaian tujuan keuangan perusahaan. Menurut Marantika (2012), investor akan melakukan evaluasi terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan rasio profitabilitas untuk menunjukkan kemampuan laba, sehingga dapat memberikan kesejahteraan bagi mereka. Maka dari itu, faktor berikutnya yang diteliti adalah profitabilitas.

Hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah dikaji oleh Fadillah et al. (2021), penelitian ini menemukan bahwa terdapat kaitan secara

positif dan signifikan antara variabel-variabel tersebut. Penelitian juga didukung oleh Saputri dan Giovanni (2021) mendeteksi adanya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun, terjadi kontradiksi penemuan yang dilakukan oleh Yuniastri et al. (2021), menyatakan bahwa naik turunnya profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Mengutip dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Muharramah dan Hakim (2021) juga menemukan bahwa tidak adanya dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pada penjabaran terkait teori dan fenomena sebelumnya, terdapat inkonsistensi dari faktor-faktor tersebut terhadap nilai perusahaan. Berkaitan dengan *signalling theory* oleh Morris (1987) bahwa perusahaan perlu memberikan sinyal untuk meminimalkan asimetri informasi di pasar modal. Dalam hal ini, sinyal positif digunakan sebagai informasi bagi calon investor melalui pengungkapan dalam laporan perusahaan (Ginting dan Sagala, 2020). Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan komponen-komponen yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan agar dapat memberikan sinyal positif. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih rinci terkait dengan judul “Faktor-Faktor Nilai Perusahaan: Kajian Pengaruh Modal Intelektual, Kepemilikan Manajerial, dan Profitabilitas” pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Pada umumnya, suatu perusahaan memiliki misi untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemegang saham. Oleh karena itu, dalam mencapai misi tersebut, perusahaan perlu memiliki visi untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kinerjanya.

Berlandaskan dari latar belakang yang telah diuraikan, perusahaan dapat mencapai tujuan utamanya. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh tiga faktor yakni modal intelektual, kepemilikan manajerial, dan profitabilitas. Faktor-faktor tersebut masih harus dikaji karena terdapat inkonsistensi pada penelitian-

penelitian terdahulu mengenai nilai perusahaan. Berikut pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Bagaimana *intellectual capital*, kepemilikan manajerial, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
- 2) Apakah *intellectual capital*, kepemilikan manajerial, dan profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
- 3) Apakah secara parsial dari:
  - a) *Intellectual capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek periode 2018-2021?
  - b) Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?
  - c) Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui *intellectual capital*, kepemilikan manajerial, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital*, kepemilikan manajerial, dan profitabilitas secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021
- 3) Untuk mengetahui secara parsial dari:



- a) *Intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021
- b) Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021
- c) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Terdapat beberapa manfaat yang penulis harapkan dapat diperoleh setelah menuntaskan penelitian, di antaranya:

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini mampu memberikan keuntungan dalam memperluas wawasan terkait hubungan dan pengaruh modal intelektual, kepemilikan manajerial, serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan setelah dilakukan uji empiris pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* periode 2018-2021 sehingga dapat pula dijadikan sebagai acuan bagi yang melakukan penelitian sejenis atau ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Harapan penulis bahwa penelitian ini dapat memperoleh manfaat untuk pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

#### **1.5.2.1 Perusahaan**

Penelitian ini mampu memberikan manfaat dalam memahami dampak modal intelektual, kepemilikan institusional, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pemahaman ini digunakan perusahaan sebagai landasan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan variabel-variabel yang berpengaruh sehingga dapat dilakukan pengambilan keputusan bagi perusahaan.

### **1.5.2.2 Investor**

Sebagai arahan dan pedoman yang berguna bagi pemegang saham atau calon pemegang saham dalam menetapkan keputusannya untuk menanamkan investasi pada perusahaan yang diteliti sesuai dengan performa atau kinerjanya.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Bagian ini yaitu untuk menjelaskan ringkasan penelitian yang sudah dilakukan dari Bab I hingga Bab V. Terlampir sistematika penulisan tugas akhir dari studi ini sebagai berikut:

### **a) BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, memuat mengenai gambaran objek penelitian secara umum, landasan penelitian yang dijelaskan melalui fenomena, perumusan masalah yang didasari oleh latar belakang, persoalan penelitian, manfaat penelitian yang dikaji secara empiris, serta mekanisme penulisan penelitian.

### **b) BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Dalam bab ini memuat penjelasan terkait teori-teori yang berkaitan dengan modal intelektual, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Bagian ini juga memuat terkait kerangka konseptual dari pemikiran, serta hipotesis apabila diperlukan.

### **c) BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini, memuat penegasan terkait metode, pendekatan, dan teknik yang digunakan dalam melakukan pengumpulan serta analisis terhadap data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Beberapa sub-bab yang akan dijelaskan meliputi operasional variabel, jenis penelitian, sampel dan populasi, pengumpulan data, pengujian reliabilitas dan validitas, serta teknik dalam analisis data

### **d) BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, memuat uraian runtut berdasarkan pencetus dan tujuan

penelitian yang dipresentasikan dalam sub-bab. Sub-bab pertama menunjukkan hasil atau keputusan penelitian, dan sub-bab kedua menunjukkan pembahasan atau analisis dari uji penelitian.

**e) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pembahasan dalam bab ini adalah konklusi, yaitu keseluruhan hasil dari studi yang telah diuji dan dibahas untuk menjawab pertanyaan dan saran yang telah ditentukan sebelumnya yaitu membahas manfaat bagi banyak pihak.