

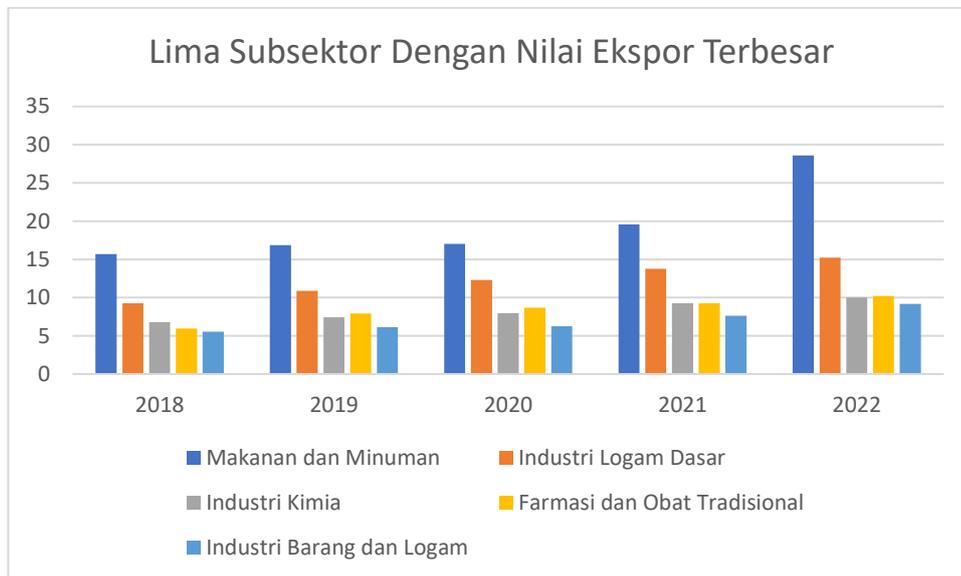
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada 25 Januari 2021, berdasarkan IDX-IC, perusahaan publik yang mencatatkan sahamnya di BEI diklasifikasikan menjadi 12 sektor dengan 35 subsektor, 69 industri, dan 130 sub industri. Tujuan klasifikasi menjadi 12 sektor adalah untuk menjawab kebutuhan perkembangan sektor ekonomi dan jenis perusahaan yang baru tercatat serta memudahkan investor dalam melakukan analisis yang lebih akurat terkait perbandingan sektoral yang lebih relevan. Ke-12 sektor baru tersebut terdiri dari sektor energi, sektor barang mentah, sektor industri, sektor konsumen primer, sektor konsumen non primer, sektor kesehatan, sektor keuangan, sektor properti dan *real estate*, sektor teknologi, sektor infrastruktur, sektor transportasi dan logistik, serta produk investasi tercatat (Sidik, 2021).

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Bursa Efek Indonesia (BEI) atau pasar modal merupakan perusahaan yang menerbitkan sahamnya. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 pasal 1 ayat (4) Tahun 1995, pasar modal adalah penyelenggara penawaran umum dan perdagangan efek dengan tujuan untuk melakukan transaksi jual beli antara berbagai pihak. Perusahaan yang sudah *go public* atau bisa disebut IPO akan mencatatkan sahamnya di BEI yang akan mempunyai manfaat dan dorongan untuk terus meningkatkan kualitas dan meningkatkan persaingan antar perusahaan, serta menghasilkan nama baik yang lebih baik bagi perusahaan. Dengan *go public*, perusahaan dapat lebih mudah mendapatkan investor karena calon investor akan lebih mudah melihat laporan tahunan suatu perusahaan yang terdaftar di BEI (Isnanto, 2023).



Gambar 1.1

Perbandingan Nilai Ekspor Terbesar Pada Perusahaan Manufaktur

Sumber: (Adi, 2022)

Penelitian ini mengambil subsektor *food and beverages* pada Bursa Efek Indonesia dikarenakan pertumbuhan dan kontribusi perusahaan subsektor *food and beverages* mengalami kenaikan yang cukup signifikan, serta prospek pada bidang ini cukup bagus menarik investor untuk menanamkan modalnya. Industri *food and beverages* merupakan salah satu produsen unggulan yang bisa memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Industri *food and beverages* nasional masih memiliki potensi pertumbuhan yang cukup baik karena didukung dengan sumber daya alam yang melimpah dan permintaan dalam negeri yang besar. Laju pertumbuhan subsektor *food and beverages* pada triwulan I tahun 2018 mencapai 12,70% dan menyumbang hingga 35,39% terhadap PDB industri nonmigas (Kemenperin, 2018).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Aspek terpenting dalam sebuah perusahaan adalah nilai perusahaan (Hamidah & Ramdani, 2023). Nilai perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan sehingga investor akan semakin terkesan untuk membeli saham suatu

perusahaan jika nilai perusahaannya baik. Investor memandang nilai perusahaan berdasarkan hal tersebut karena hal tersebut memungkinkan mereka untuk menilai potensi kesuksesan terhadap perusahaan.

Setiap perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan mencerminkan semakin tinggi pula keuntungan perusahaan yang dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang sahamnya secara maksimal. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh investor sehingga investor akan memiliki minat yang tinggi untuk berinvestasi (Mumpuni & Indrastuti, 2021). Harga saham perusahaan adalah cerminan nilai pasar yang diberikan oleh investor berdasarkan harapan dan persepsi mereka terhadap masa depan perusahaan. Salah satu cara untuk menilai seberapa wajar harga saham terhadap nilai intrinsik perusahaan adalah dengan menggunakan rasio *price book value* (PBV).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *price book value* (PBV) yang menggambarkan seberapa besar pasar mengapresiasi nilai buku saham suatu perusahaan (Diphayana & Kurniawan, 2023). Untuk mengetahui apakah harga yang kita bayar atau diinvestasikan pada perusahaan terlalu tinggi atau tidak, *price book value* (PBV) memberikan sinyal kepada investor, sehingga dapat membantu investor untuk melihat gambaran risiko jika perusahaan tutup. PBV digunakan oleh investor sebagai sesuatu yang utama dalam melihat kinerja perusahaan kedepannya dan menjadi contoh sebagai bahan penentuan strategi dalam keputusan investasi. *Price book value* (PBV) adalah rasio yang membandingkan harga per saham dibagi dengan nilai buku per saham. Jika nilai PBV pada perusahaan tersebut tinggi dapat disimpulkan bahwa pemegang saham telah mencapai tingkat kesejahteraannya sehingga perusahaan dikatakan mampu memenuhi atau mencapai tujuannya (Mustaqim, 2021).

Apabila suatu perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan suatu sinyal dengan baik terkait nilai perusahaan, maka perusahaan tersebut akan mengalami ketidaksesuaian terhadap kedudukannya (Nguyen, 2018). Teori sinyal memiliki

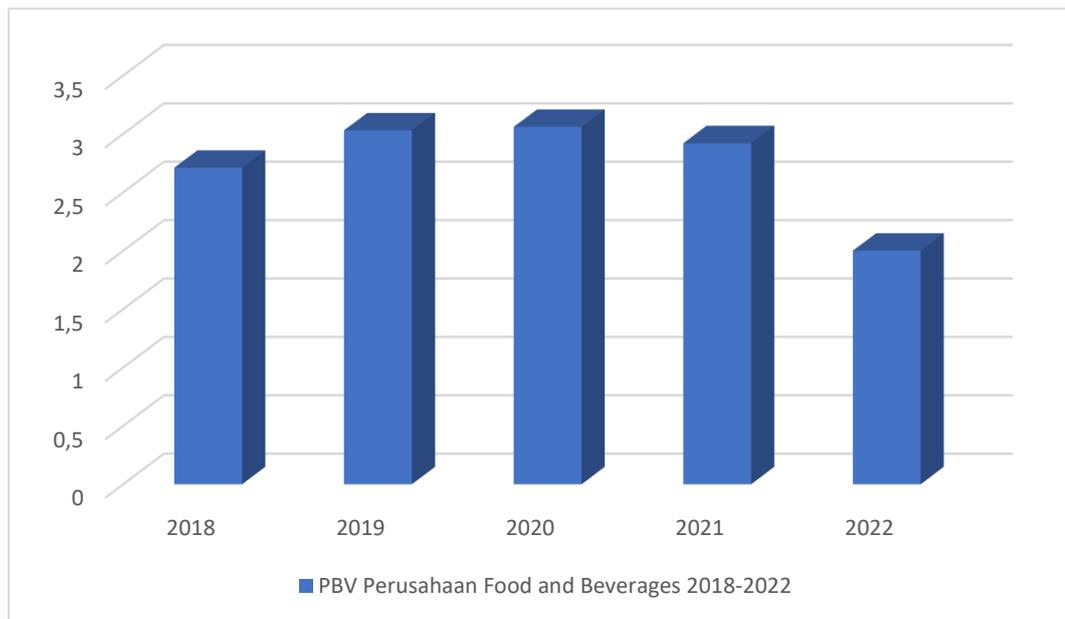
keterkaitan dengan nilai perusahaan, apabila nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif dan apabila nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi sinyal negatif yang disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari investor. Dengan kata lain investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik.

Teori sinyal (*signaling theory*) awal mulanya dicetuskan oleh Michael Spence di tahun 1973. Pada teori sinyal, Spence menyatakan terdapat dua pihak yaitu pemilik informasi dan penerima informasi (Sormin et al., 2021). Pernyataan ini menekankan bahwa pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menentukan keputusan investasi bagi para investor. Jika informasi yang disampaikan mengandung nilai positif, pasar akan bereaksi ketika menerima informasi tersebut. Pelaku pasar terlebih dahulu menafsirkan dan menganalisis informasi sebagai sinyal baik atau sinyal buruk. Kondisi ini akan berdampak pada perubahan nilai perusahaan (Dwita & Kurniawan, 2019).

Direktorat Jenderal Kekayaan Negara menyatakan bahwa perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh pertumbuhan konsumsi rumah tangga, dan salah satu industri yang mengalami pertumbuhan paling cepat adalah industri makanan dan minuman (Sari & Mahardika, 2023). Peningkatan penjualan didorong oleh peningkatan pendapatan dan pengeluaran pribadi makanan dan minuman. Oleh karena itu, ini juga merupakan industri dimana perusahaan lokal sangat ambisius dan menjadi eksportir global yang sukses. Perusahaan makanan dan minuman (*food and beverages*) merupakan salah satu kategori industri manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI), perusahaan ini semakin berkembang dari tahun ke tahun. Perusahaan *food and beverages* memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan ini banyak diminati oleh para investor, alasannya yaitu subsektor ini merupakan salah satu subsektor yang dapat bertahan ditengah kondisi perekonomian Indonesia (Arimerta et al., 2023). Meski dibawah tekanan dampak pandemi Covid 19, kinerja industri *food and beverages* tetap berjalan karena merupakan subsektor penting yang tetap produktif, dalam kondisi apapun

sebagian *food and beverages* tetap menjadi kebutuhan pokok yang dibutuhkan untuk kebutuhan sehari-hari (Yolandha, 2021).

Berikut adalah grafik nilai perusahaan (PBV) perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.



Gambar 1.2

Grafik Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah peneliti, 2024)

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada tahun 2018, PBV perusahaan *food and beverages* tercatat sebesar 2,71 mencerminkan kepercayaan pasar yang relatif positif terhadap prospek dan kinerja perusahaan. Namun, seiring berjalannya waktu, terjadi fluktuasi dalam rasio ini. Pada tahun 2019, PBV meningkat menjadi 3,03 menunjukkan adanya optimisme pasar terhadap pertumbuhan perusahaan. Kenaikan ini berlanjut pada tahun 2020 dengan PBV mencapai 3,06 mencerminkan keyakinan investor yang tinggi pada periode tersebut. Namun, sejak tahun 2021, PBV mengalami penurunan yang signifikan, turun menjadi 2,92 dan penurunan ini berlanjut pada tahun 2022 dengan PBV mencapai 2,00. Penurunan PBV yang signifikan setelah tahun 2020 dapat menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi tantangan dalam mempertahankan

atau mengembangkan modal intelektual. Masalah seperti kekurangan inovasi, kegagalan dalam mempertahankan posisi merek, atau kehilangan keahlian manajerial penting dapat mengurangi daya tarik perusahaan bagi investor, yang tercermin dalam penurunan PBV. Selanjutnya mereka mengalami masalah dalam mengelola operasi besar, menghadapi biaya tetap yang tinggi, atau menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan pasar. Ini juga bisa menunjukkan bahwa meskipun perusahaan besar, mereka gagal mengelola pertumbuhan atau inovasi yang diperlukan untuk mempertahankan nilai pasar dan investasi tidak berhasil, seperti pengembangan produk yang gagal, ekspansi pasar yang tidak menguntungkan, atau peningkatan kapasitas yang tidak efisien, ini dapat menurunkan kinerja keuangan perusahaan dan mengurangi PBV (Diphayana & Kurniawan, 2023). Selain itu, ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar atau krisis ekonomi yang tidak diantisipasi dengan baik dapat memperburuk penurunan PBV (Hamidah & Ramdani, 2023). Adapun hal ini didukung dengan fakta yang terjadi dilapangan bahwa masih terdapat perusahaan yang mengalami penurunan pada nilai PBV.

Fenomena yang terjadi yaitu pada Perusahaan STTP (Suryamas Dutamakmur Tbk). Pada tahun 2018, PBV STTP tercatat sebesar 2,98, memasuki tahun 2019, PBV STTP mengalami penurunan menjadi 2,74. Penurunan ini mencerminkan adanya beberapa tantangan internal atau eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan, meskipun pasar masih tetap memiliki kepercayaan yang moderat terhadap perusahaan. Tahun 2020 menunjukkan lonjakan signifikan dalam PBV, mencapai 4,66. Peningkatan ini menunjukkan bahwa perusahaan telah mengalami periode pertumbuhan yang substansial, karena strategi yang sukses atau kondisi pasar yang mendukung. Namun, tahun 2021 mencatat penurunan drastis menjadi 3,00 dan diikuti penurunan tahun 2022 sebesar 2,55 (Financial Statements, 2022). Penurunan PBV yang terjadi pada 2021 dan 2022 mengalami masalah dalam mempertahankan kekuatan merek, menghadapi tantangan dalam inovasi, atau kekurangan keahlian manajerial yang diperlukan, hal ini dapat berdampak pada PBV. Selanjutnya tantangan seperti biaya tetap tinggi, manajemen yang tidak efektif, atau kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan

pasar dapat mempengaruhi kinerja dan nilai perusahaan dan kesulitan dalam mengelola investasi, keputusan investasi yang buruk, atau ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dapat menyebabkan penurunan kinerja perusahaan dan PBV (Maufur & Widyawati, 2021).

Fenomena yang berkaitan juga terjadi pada Perusahaan Campina Ice Cream (CAMP). Pada tahun 2018, PBV Campina Ice Cream tercatat sebesar 2,30. Pada tahun 2019, PBV sedikit meningkat menjadi 2,35. Ini menunjukkan bahwa perusahaan masih berada pada jalur pertumbuhan yang stabil. Memasuki tahun 2020, PBV mengalami penurunan tajam menjadi 1,85. Pada tahun 2021, PBV turun lebih lanjut menjadi 1,81. Penurunan ini dikarenakan perusahaan menghadapi masalah dalam meluncurkan produk baru atau menghadapi persaingan yang ketat tanpa diferensiasi yang jelas, hal ini dapat berdampak negatif pada PBV. Selanjutnya tantangan yang dihadapi perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil seperti CAMP dalam mengelola dampak krisis atau perubahan pasar. Perusahaan kecil lebih rentan terhadap fluktuasi ekonomi atau persaingan, dan penurunan dalam PBV dapat mencerminkan kesulitan dalam mengatasi tantangan ini. Adapun keputusan investasi yang diambil pada periode tersebut tidak menghasilkan hasil yang diharapkan atau menghadapi tantangan dalam implementasinya. Kesulitan dalam melaksanakan investasi yang direncanakan atau investasi yang tidak sesuai dengan kebutuhan pasar dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Memasuki tahun 2022, PBV meningkat menjadi 2,07, mencerminkan adanya pemulihan ringan atau perbaikan dalam persepsi pasar terhadap perusahaan. Meskipun meningkat, nilai ini masih menunjukkan bahwa perusahaan belum sepenuhnya pulih dari penurunan yang signifikan (Kurniawati et al., 2020).

Permasalahan selanjutnya terjadi pada Perusahaan Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP). Pada tahun 2018, PBV ICBP tercatat sebesar 5,37. Selanjutnya, pada tahun 2019, PBV sedikit menurun menjadi 4,88, namun tetap menunjukkan bahwa pasar tetap memiliki pandangan positif terhadap perusahaan. Memasuki tahun 2020, PBV mengalami penurunan tajam menjadi 2,22 dan tahun 2021, turun lebih lanjut menjadi 1,85. Hal ini menunjukkan penurunan perusahaan seperti masalah dengan inovasi produk, kehilangan nilai merek, atau kesulitan

dalam mempertahankan keahlian manajerial dapat mengakibatkan penurunan kepercayaan pasar kemudian biaya tetap tinggi atau kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan pasar, bisa mempengaruhi kinerja dan nilai perusahaan dan hasil dari keputusan investasi yang tidak efektif atau tantangan dalam implementasi strategi. Kesulitan dalam melaksanakan investasi yang direncanakan atau investasi yang tidak memberikan hasil yang diharapkan dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Memasuki tahun 2022, PBV meningkat sedikit menjadi 2,03 menunjukkan adanya pemulihan ringan dalam persepsi pasar (Hertina et al., 2020).

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada penurunan *Price to Book Value* (PBV) perusahaan *food and beverages* menunjukkan adanya penurunan dalam persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Di pasar yang kompetitif, banyak perusahaan menghadapi penurunan PBV, dan untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan perlu memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan seperti inovasi dan diferensiasi produk, efisiensi operasional, kekuatan merk dan strategi investasi yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Tiga faktor tersebut dalam penelitian ini adalah *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *intellectual capital* (modal intelektual). *Intellectual capital* adalah sumber daya yang mencakup pengetahuan atau aset berbasis pengetahuan dimiliki oleh perusahaan yang pada akhirnya dapat memberikan nilai tambah dan juga mendatangkan keuntungan di masa depan (Halim, 2020). *Intellectual capital* diklasifikasikan sebagai kelompok aset tidak berwujud. Pasca berlakunya PSAK No.19 (revisi 2000) terjadi fenomena *intellectual capital* mulai berkembang di Indonesia. Berdasarkan PSAK No.19 (revisi 2018) aset tidak berwujud adalah aktivitas yang dapat diidentifikasi dan non-moneter dikendalikan oleh suatu entitas yang mempunyai manfaat di masa depan. Namun demikian tidak diungkapkan secara langsung sebagai *intellectual capital*, melainkan *intellectual capital* termasuk bagian dari aset tidak berwujud.

Intellectual capital dibahas dalam tiga komponen utama yang meliputi modal manusia (*human capital*), modal struktural (*structural capital*) dan modal pelanggan (*customer capital*) yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi. Perusahaan harus mampu memanfaatkan *intellectual capital* secara efektif agar dapat menciptakan nilai tambah (Halim, 2020). Jika sebuah perusahaan mempunyai nilai tinggi, maka investor akan berinvestasi untuk memberikan nilai lebih. Jadi semakin besar pula investasi yang dilakukan investor akan semakin meningkat dan semakin baik pengelolaan *intellectual capital* oleh perusahaan (Putri et al., 2019). Variabel ini dilatarbelakangi oleh *research gap* penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suzan & Ramadhani (2023) dan didukung oleh penelitian Attahirah et al., (2023) memperoleh hasil kesimpulan bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan semakin tingginya nilai modal intelektual dari suatu perusahaan maka akan meningkat pula nilai perusahaan. Namun hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Hocky & Chandra (2022) bahwa *intellectual capital* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, hal ini disebabkan karena investor tidak menilai tinggi suatu perusahaan dengan tingkat *intellectual capital* yang tinggi.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan jumlah modal yang digunakan perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, dan total penjualan yang diperoleh perusahaan (Vemberain & Triyani, 2021). Besarnya ukuran suatu perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan (Hamidah & Ramdani, 2023). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maufur & Widyawati (2021) kemudian didukung oleh Dwita & Kurniawan (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, hal ini disebabkan karena suatu perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan selain itu semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak kesempatan perusahaan dalam memperoleh dana sehingga dari banyaknya sumber dana tersebut maka akan mendukung kegiatan

operasional perusahaan secara maksimal yang akan menimbulkan peningkatan nilai perusahaan. Pernyataan tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Hertina et al., (2020) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan diakibatkan oleh adanya *asset* besar seperti pabrik dan mesin namun *asset* tersebut tidak digunakan secara produktif.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah keputusan investasi. Keputusan investasi mencakup tindakan membelanjakan dana saat ini dengan harapan mendapatkan arus kas masuk di masa depan dengan jumlah yang lebih besar untuk perkembangan perusahaan. Jika perusahaan mampu mengambil keputusan investasi yang tepat, sehingga aset perusahaan akan menghasilkan kinerja yang optimal. Hal ini dapat memberikan sinyal positif bagi investor yang nantinya akan meningkatkan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan (Arizki et al., 2019). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amelia & Prapanca (2023) menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, hal ini terjadi karena dengan tingginya nilai keputusan investasi maka akan memberikan kesan bahwa perusahaan mempunyai nilai perusahaan yang tinggi dan sehat serta menunjukkan pertumbuhan perusahaan. Namun, hasil penelitian berbeda yang dikemukakan oleh Hamidah & Ramdani (2023) bahwa keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini disebabkan oleh adanya faktor ketidakpastian pada masa yang akan datang berupa adanya perubahan teknologi, kondisi sosial ekonomi, maupun kebijakan yang diberikan oleh pemerintah.

Perbedaan hasil penelitian tersebut dikarenakan masing-masing variabel yaitu *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi masih menunjukkan variasi hasil penelitian atau inkonsistensi dan jenis sampel perusahaan yang diteliti beragam, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Peneliti memilih perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* dikarenakan perusahaan tersebut terus mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia. Selain itu, industri manufaktur merupakan salah satu penopang perekonomian nasional yang memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia (Kemenperin, 2022). Hal tersebut terlihat dari adanya peningkatan

kualitas dan output yang dihasilkan perusahaan lokal sehingga mampu bersaing di pasar internasional, terutama di bidang industri makanan dan minuman dan dilihat dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode ke periode yang semakin meningkat. Perusahaan subsektor *food and beverages* dipilih karena memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen, karena produk ini menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat seluruh Indonesia (Prasetya, 2021).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti akan mengangkat dan membahas permasalahan dengan judul **“Pengaruh *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)”**.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam mengambil keputusan, investor perlu melakukan analisis mengenai perusahaan yang akan dipilih. Nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kesejahteraan pemilik perusahaan dan kemakmuran pemegang sahamnya serta akan membuat pasar percaya terhadap prospek perusahaan di masa depan (D. Putri & Kurniadi, 2019). Nilai perusahaan akan tinggi apabila perusahaan dapat mengoptimalkan *intellectual capital* berupa modal manusia, modal fisik, dan modal struktural kemudian ukuran perusahaan yang berupa jumlah modal yang digunakan perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, dan total penjualan yang diperoleh perusahaan, selanjutnya adalah keputusan investasi yang berkaitan dengan keputusan investasi yang tepat, sehingga aset perusahaan akan menghasilkan kinerja yang optimal. Para investor tentunya mengapresiasi keunggulan *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi dengan berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Intellectual capital bermanfaat untuk membantu meningkatkan nilai tambah dan memberikan informasi lebih yang dapat berguna untuk *stakeholders* dan akan berdampak positif terhadap kepercayaan investor dalam jangka panjang, serta dapat meningkatkan laba perusahaan. Namun belum ada peraturan yang mengatur untuk

dilakukan *intellectual capital* pada setiap perusahaan sehingga pengungkapan masih bersifat sukarela. Hal ini mengakibatkan tingkat kesadaran perusahaan terhadap *intellectual capital* masih rendah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah konsistensi penelitian tentang pengaruh variabel *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana *intellectual capital*, ukuran perusahaan, keputusan investasi dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?
2. Apakah *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?
3. Apakah *intellectual capital* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?
5. Apakah keputusan investasi berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penulis memiliki tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui *intellectual capital*, ukuran perusahaan, keputusan investasi dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

2. Untuk mengetahui *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
3. Untuk mengetahui *intellectual capital* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
4. Untuk mengetahui ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
5. Untuk mengetahui keputusan investasi berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan pembaca mendapatkan manfaat yaitu:

1.5.1 Aspek Teoritis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis kepada peneliti selanjutnya dan para pembaca, yaitu untuk menambah wawasan serta ilmu pengetahuan di bidang ilmu ekonomi khususnya akuntansi keuangan yang berkaitan dengan topik-topik seperti *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

1.5.2 Aspek Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai tambahan sumber informasi dan referensi mengenai relevansi pengungkapan *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi dalam laporan keuangan.

2. Untuk Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan tambahan oleh investor maupun calon investor untuk mengetahui

nilai perusahaan melalui *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi dalam membuat kebijakan dan keputusan bisnis.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam sistematika penulisan tugas akhir, terdapat penjelasan ringkas laporan penelitian dengan sistematika yang harus diperhatikan mulai dari Bab I sampai dengan Bab V yaitu:

a. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages*, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, dengan manfaat penelitian untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022), serta sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai landasan teori dari umum ke khusus mengenai pengaruh *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022). Penelitian ini disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran serta diakhiri dengan hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan penelitian, metode penelitian, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan untuk menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian yang berisi tentang jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, metode pengujian serta teknik analisis data dari variabel *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022) diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini berisi dua bagian yaitu bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan terkait variabel *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan.

e. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran yang merupakan hasil dari penelitian *intellectual capital*, ukuran perusahaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022) yang telah penulis lakukan untuk memberikan suatu gambaran atau referensi bagi peneliti selanjutnya agar menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik