BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan dapat digambarkan besarnya manfaat yang akan diperoleh investor. Nilai perusahaan tidak hanya diukur dari besarnya laba tetapi juga diukur dari informasi yang dihasilkan

oleh perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipersepsikan sebagai tolak ukur perusahaan terkait dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Kekayaan pemegang saham ditentukan oleh harga saham yang beredar dipasar uang. Bagi para investor hal tersebut menjadikan daya tarik untuk menanamkan sahamnya terhadap perusahaan tersebut yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Di zaman sekarang, pengungkapan *intellectual capital* sangatlah penting karena *intellectual capital* dianggap mampu meningkatkan nilai perusahaan. Keberadaannya disuatu perusahaan akan memberikan informasi yang strategis untuk para pemegang saham. Di era perekonomian saat ini, persaingan yang sangat ketat terus menerus menjadi hal yang terbaik bukanlah hal yang mudah. Perusahaan dari segala sektor saling bersaing untuk mengembangkan strategi terbaik yang mereka miliki. Perusahaan kini lebih berfokus pada aset pengetahuan sebagai salah satu bentuk aset tak berwujud. Dengan diperolehnya sumber daya secara efisien dan ekonomis dapat menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi yang nantinya akan memberi keunggulan dalam bersaing. Perekonomian saat ini

banyak didomasi oleh perusahaan yang ditentukan oleh aset tak berwujud. Informasi dan pengetahuan merupakan bagian dari *intellectual capital* yang memiliki kesinambungan terhadap keunggulan kompetitif yang akan meningkatkan nilai perusahaan sebagai sumber daya yang digunakan untuk kesadaran manajemen terhadap pengetahuan *intellectual capital*.

Fenomena "*The Death of Samurai*" yang terjadi pada tahun 2012 adalah salah satu kegagalan dari perusahaan yang belum mengedepankan *intellectual capital*. Panasonic salah satu perusahaan raksasa di Jepang, tidak luput dari kegagalan intellectual capital ini. *Harmony culture error* dalam manajemen Panasonic menjadi penyebab jatuhnya perusahaan elektronik tersebut, dimana pada era digital seperti saat ini, kecepatan adalah kunci. *Speed in decision making*, *speed in productdevelopment*, dan*speed in product launch* dalam hal ini perusahaan Jepang tertinggal dikarenakan budaya mereka yang sangat mengagungkan harmoni dan konsensus. Terjadinya fenomena Panasonic, menunjukkan bahwa inovasi yang merupakan bagian dari *intellectual capital* sangat penting bagi suatu perusahaan. Pada masa pasar bebas seperti ini persaingan ekonomi global sangat kuat, untuk menghadapi kuatnya persaingan ekonomi global, diungkapkan bahwa pengakuan *intellectual capital* adalah sebuah kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan ekonomi (Huang & Liu dalam Sharabati et al., 2010).

Terdapat beberapa penelitian yang melibatkan tentang *intellectual capital*, namun hasil penelitian belum konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Pangestu Desiyanti (2016), Megawati (2016), Mahardika (2017) membuktikan

bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian berbeda dengan hasil penelitian Wahyuni & Wergiyanto (2014) yang membuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten, memotivasi untuk dilakukan kembali penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Nur Chayati & Lulus Kurniasih (2015), perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nur Chayati & Lulus Kurniasih (2015) pertama, penambahan variabel kinerja keuangan, kinerja keuangan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena dilandaskan oleh kinerja keuangan agar laporan keuangan dapat dilakukan dengan maksimal terhadap nilai perusahaan. Kedua, penggunaan periode waktu penelitian. Penelitian ini menggunakan periode 2014-2016 sedangkan penelitian Nur Chayati & Lulus Kurniasih (2015) menggunakan periode 2013-2015. Ketiga, penggunaan sampel adalah Perusahaan Manufaktur sedangkan penelitian Nur Chayati & Lulus Kurniasih (2015) menggunakan sampel seluruh perusahaan keuangan dan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini *Intellectual Capital* & kinerja perusahaan sebagai variabel independen yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan variabel tersebut sebagai tolak ukur dan pertimbangan pemegang saham, kreditur, maupun pihak eksternal lainnya yang memiliki kepentingan dari informasi yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalampenelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan*?*

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut penelitian ini dilakuan dengan tujuan untuk menguji dan memperoleh pengetahuan tentang :

1. Untuk menguji pengaruh *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi ilmu ekonomi khususnya akuntansi keuangan tentang nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Universitas Islam Sultan Agung Semarang hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan informasi kepada petinggi-petinggi Universitas Islam Sultan Agung Semarang dan khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi.

   b. Bagi Penulis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam literature dan menambah pengetahuan.

c. Bagi penulis selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini. Selanjutnya bagi Perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman untuk melakukan kebijakan manajemen dalam hal mengatur nilai perusahaan.