

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suksesnya suatu perusahaan biasanya diukur dengan pendapatan yang didapatkan dari perusahaan tersebut. Salah satunya adalah peningkatan profitabilitas. Profitabilitas menyatakan seberapa mampu perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya. Karena setiap perusahaan akan selalu bergerak melakukan yang terbaik untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Namun, dengan meningkatnya profitabilitas, perusahaan belum tentu mampu bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini disebabkan dari fenomena perekonomian global yang semakin berkembang sehingga mengalami pergeseran dari ekonomi era tradisional ke ekonomi era pengetahuan (Chareonsuk dan Chansa-ngavej, 2008:813).

Ekonomi era tradisional yaitu produksi berdasarkan aset berwujud, seperti tanah, mesin dan modal, ke aset tidak berwujud seperti pengetahuan, keterampilan dan kreativitas. Pergeseran ke ekonomi era pengetahuan ini menuntut perusahaan-perusahaan yang semakin ketat. Untuk bertahan dalam persaingan yang ketat dan pengendalian dilakukan perusahaan agar mampu berpartisipasi yakni dengan meningkatkan aset perusahaan yang lebih kuat dan efektif (Kamukama & Sulait, 2017).

Adanya persaingan bisnis ini, perusahaan yang tadinya hanya fokus mengelola aset berwujudnya saja, kini dapat menerapkan pengelolaan aset tidak berwujud dalam perusahaan. Aset tidak berwujud ini disebut juga dengan

intellectual capital, yang dikenal dengan ekonomi yang berbasis pengetahuan. *Intellectual Capital* dianggap berperan penting dan merupakan strategi yang ampuh untuk diterapkan perusahaan agar bisa bersaing serta mengembangkan saing antar bisnis (Soewarno dan Tjahjadi, 2020:6).

Intellectual capital mulai dikembangkan oleh John K. Galbraith ditahun 1969, kemudian di tahun 1993 dikembangkan lagi oleh Peter F. Drucker. Namun di Indonesia *intellectual capital* mulai berkembang saat munculnya Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.19 yang telah direvisi pada tahun 2015 mengenai aset tidak berwujud. Walaupun *Intellectual capital* tidak dinyatakan secara tersurat atau jelas tetapi *Intellectual capital* diakui dan dinyatakan sebagai aset tidak berwujud yang digunakan untuk menciptakan *value added* pada suatu perusahaan. Jika kebanyakan perusahaan di Indonesia *menerapkan intellectual capital* maka akan menuju pada perilaku bisnis yang inovatif, mereka dapat bertahan selama bertahun-tahun dan memperoleh keunggulan kompetitif.

Intellectual capital populer dengan tiga elemen utamanya, meskipun ada beberapa perbedaan di antara penulis lainnya. Yaitu yang pertama ada *human capital* atau modal manusia yang terdapat dalam modal manusia adalah pengetahuan, kompetensi yang dimiliki, pengalaman, bahkan motivasi karyawan (Edvinsson dan Malone, 1997; Stewart, 1997; Bontis, 1998). Kedua ada *structural capital* atau modal struktural sebagai pengetahuan dalam organisasi yang mencakup database, strategi dan aktivitas kemampuan perusahaan yang mengelola sumber apapun lebih tinggi dari nilai material (Soewarno, 2020:7) dan pengetahuan yang terakumulasi dalam jaringan perusahaan disebut dengan *customer capital* atau modal relasional (Edvinsson dan Malone, 1997; Nahapiet dan Ghoshal, 1998).

Intellectual capital diukur dengan beberapa metode, salah satunya adalah metode VAIC™ atau *Value Added Intellectual Coefficient* yang dikemukakan (Pulic 1998), teknik ini digunakan mencari *value added* atau nilai tambah yang diciptakan oleh perusahaan. (Pulic 1998) mendeskripsikan jika *value added* dapat dipengaruhi dari efisiensi *human capital* dan *structural capital*. Selain itu, hubungan lainnya *value added* adalah *capital employed* yang disingkat menjadi VACA. VACA ini merupakan satu indikator dari *value added* yang dijadikan satu unit dari *physical capital*. *intellectual capital* dapat dikatakan bagian dari *capital employed* jika pengelolaannya dilakukan dengan baik dan melahirkan *return* yang tinggi, disampaikan oleh Pulic. Selanjutnya nilai dari *human capital* yang disingkat VAHU dan *structural capital* atau STVA menunjukkan berapa besar perusahaan mendapatkan nilai tambah (*value added*) dalam pengelolaan maupun pengeluaran dana untuk karyawan maupun keperluan struktur perusahaan.

Pengukuran pada *intellectual capital* dengan metode *value added intellectual coefficient* (VAIC™) yang dikemukakan oleh (Pulic 1998), karena metode tersebut dianggap lebih praktis digunakan secara luas oleh akademik dan menjadi pengukuran standar yang terintegrasi (Nimtrakoon, 2015:2).

Saat ini fenomena perusahaan yang mencetak profitabilitas tertinggi di Indonesia adalah perusahaan manufaktur, industri ini mampu memberikan kontribusi terbaik untuk Indonesia. Tetapi ketika ekonomi global dilanda musibah seperti yang kita ketahui yaitu penyebaran virus corona, virus ini pertama kali ditemukan di China tepatnya di kota Wuhan di tahun 2019. Virus yang menyebar sangat cepat di seluruh dunia bahkan kasusnya mencapai angka 3.679.499 jiwa dan angka kematian sekitar 254.199 jiwa di sekitar 215 negara (WHO, 2020). Pengaruh dari munculnya virus corona ini bukan hanya dirasakan pada aspek

kesehatan saja tetapi berpengaruh juga pada ekonomi di tiap Negara. Akibat yang didapat pada Indonesia terutama pada industri manufaktur di kuartal II tahun 2020 mengalami penyusutan. Sebelumnya di tahun 2019 *prompt manufacturing index* (PMI) Bank Indonesia mencapai 52,66%, kemudian turun menjadi 45,64% dan pada kuartal II tahun 2020 mengalami kontraksi atau penurunan yang sangat buruk yakni mencapai 28,55% (Utami, 2021:147).

Kontraksi yang dialami membuat pemerintah berupaya melakukan pemulihan ekonomi Indonesia yakni meningkatkan profitabilitas pada perusahaan manufaktur dengan memberikan dorongan kepada perusahaan manufaktur agar tetap berproduksi dan memiliki daya saing yang kompetitif di era penyebaran virus corona (Utami, 2021:147). Tetapi, untuk meningkatkan profitabilitas lebih efektif jika didampingi dengan pengetahuan. Oleh karena itu, *intellectual capital* sebagai figur penting dan dominan bagi sebuah keberhasilan perusahaan (Ahmad dan Ahmed, 2016:2) diyakini mampu untuk meningkatkan kinerja pada perusahaan. Karena nilai pasar tidak hanya diukur dari keuangan dan fisik perusahaan saja tetapi juga dilihat dari *intellectual capital* yang tertanam pada perusahaan tersebut (Rusnani dan Liyanto, 2022:109). Selain penerapan *intellectual capital* yang mampu membuat keunggulan kompetitif dan dapat meningkatkan kinerja dalam bersaing, ada pula faktor lain yang dapat mempengaruhi peningkatan profitabilitas suatu perusahaan ialah *growth opportunity* (Setiawan, 2009:163). *Growth opportunity* merupakan rasio pertumbuhan yang mengungkapkan kemampuan dalam mempertahankan kondisi ekonomi suatu perusahaan dalam menghadapi perubahan ekonomi global seperti saat ini (Wajo, 2021:62).

Perusahaan yang memiliki *growth opportunity* tinggi dan nilai investasi yang besar, terlebih lagi pada aset tetap dengan umur ekonomisnya lebih dari 12 bulan,

dengan pembelian mesin, pembangunan pabrik, dan program *research and development* dalam hal mendapatkan produk bahkan teknologi baru. Agar mendapatkan profitabilitas yang tinggi dilakukanlah investasi yang besar pada perusahaan sehingga dapat memicu tingginya *growth opportunity* (Setiawan, 2009:164). Seperti yang dikemukakan oleh Setiawan (Pindyck, 1988) juga mengatakan bahwa opsi pertumbuhan suatu perusahaan juga mencakup dari perluasan kapasitas, bahkan pendayagunaan serta mengganti aset yang ada, ekuitas diperhitungkan oleh *growth opportunity* (peluang pertumbuhan). Oleh karena itu manfaat dari *growth opportunity* diharapkan dapat menghasilkan profitabilitas yang tinggi dan realisasi pertumbuhan perusahaan terutama pada sektor manufaktur yang sedang terjadi kontraksi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Arifin (2020) *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas Perusahaan *Consumer Goods* dengan menggunakan data perusahaan sektor barang konsumsi periode 2015-2019 dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara VACA, VAHU, dan STVA terhadap ROA, hal ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan menggunakan *intellectual capital*.

Putri dan Gunawan (2019) yang meneliti pengaruh *Intellectual capital*, efisiensi operasional, dan *islamicity performance index* terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *intellectual capital*, efisiensi operasional tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, dan *islamicity performance index* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Hasil yang sama ditunjukkan peneliti lain yaitu oleh Rahayu (2020) meneliti pengaruh *Intellectual capital, islamicity performance index, corporate social responsibility* terhadap profitabilitas dengan hasil penelitiannya yaitu *intellectual capital* juga tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Beberapa penelitian di atas masing-masing memiliki hasil yang berbeda di mana penelitian Arifin (2020) hasilnya menunjukkan tiga elemen *intellectual capital* berpengaruh terhadap *return on asset*, penelitian kedua oleh Putri dan Gunawan (2019) mengatakan *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, dan penelitian ketiga dari Maulidia dan Handayani (2021) dengan hasil penelitiannya yang mengatakan bahwa salah satu komponen *intellectual capital* yaitu VAHU tidak berpengaruh terhadap ROA dan ATO. Sehingga dapat dilihat pada hasil di setiap penelitian belum terlihat konsisten, oleh karena itu pada penelitian ini ingin meneliti kembali pengaruh *intellectual capital* terhadap profitabilitas.

Adapun penelitian terdahulu yang membahas mengenai *growth opportunity*. Febriani dan Sari (2019) yang meneliti tentang pengaruh *firm size* dan *growth opportunity* terhadap *return on assets* dan *dividend payout ratio* sub sektor otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017, dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keseluruhan variabelnya berpengaruh namun negatif terhadap ROA kecuali variabel *intellectual capital* yang tidak berpengaruh terhadap ROA dari segi manapun.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya Putri dan Gunawan (2019) dan Rahayu (2020) adapun pengembangan yang dilakukan penelitian ini adalah: (1) pada penelitian sebelumnya membahas mengenai Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Bank Syariah yang ada di Indonesia. Sedangkan penelitian ini menambahkan *Growth Opportunity*

sebagai variabel independen, karena *growth opportunity* merupakan salah satu faktor yang bisa mempengaruhi peningkatan profitabilitas perusahaan dengan kemampuannya dalam mempertahankan kondisi ekonomi untuk menghadapi perubahan ekonomi global seperti sekarang ini Permana (2017). Selain itu *growth opportunity* juga diambil berdasarkan saran pada penelitian Damayanti dan Budiyanto (2015) yang meneliti mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Growth Opportunity* dan *Debt to Equity Ratio* terhadap Profitabilitas. Dalam sarannya menyatakan bahwa penelitian selanjutnya dapat mengkombinasikan *growth opportunity* dengan variabel lain karena pengaruhnya sebesar 77%. Selain itu dari penelitian-penelitian terdahulu hasilnya masih belum konsisten. Hal ini dapat dilihat dari penelitian Febriani dan Sari (2019) dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap ROA secara langsung sedangkan, objek penelitian sebelumnya yaitu pada perusahaan plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI, sedangkan pada penelitian ini objeknya di seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2017-2020. Penelitian ini mengambil objek di Bursa Efek Indonesia dengan melihat perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia masih aktif hingga saat ini dan tentunya memiliki laporan keuangan yang lengkap.

Dari latar belakang yang dipaparkan di atas dan juga penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, maka judul yang diangkat yaitu “Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Growth Opportunity* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2020”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2020?
2. Apakah *growth opportunity* (GO) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2020?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2020.
2. Menganalisis pengaruh *growth opportunity* (GO) terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2020.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak konsep teoritis yang bergerak untuk mengembangkan *intellectual capital* dan *growth opportunity* terhadap profitabilitas perusahaan. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan penelitian serupa ke depannya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk pembelajaran, pemahaman bahkan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *Intellectual capital*, *growth opportunity* dan profitabilitas perusahaan.

b. Bagi investor

Penelitian ini dapat menjadi bahan petunjuk untuk dapat mempertimbangkan dan mengevaluasi perusahaan dalam memutuskan untuk melakukan investasi.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada perusahaan jika dalam memaksimalkan profitabilitas perusahaan dapat dilakukan dengan pemanfaatan *intellectual capital* dan *growth opportunity* yang efisien.