

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Nilai perusahaan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu tujuan utama manajer perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan tidak lagi diukur melalui pengelolaan tangible assets namun mulai bergeser pada pengelolaan *intangible assets* (Chayati dan Kurniasih, 2014). Menurut Chen et al. (2015) penghargaan lebih atas suatu perusahaan dapat terlihat dari harga yang dibayar investor yang diyakini disebabkan oleh intellectual capital yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi nilai perusahaan. Investor juga cenderung lebih tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama (Kadek *et al.*, 2019).

Nilai perusahaan menjadi sangat penting bagi para investor karena nilai perusahaan dapat mencerminkan kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat membuat investor tertarik untuk berinvestasi. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham dapat mencerminkan semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Jika harga saham suatu perusahaan rendah, maka semakin buruk pula nilai perusahaan tersebut. Tingginya nilai perusahaan juga memberikan peningkatan pada kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Agustina dan Maski, 2014). Nilai perusahaan umumnya pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional sehingga kemakmuran para pemegang saham pun juga meningkat (Mustanda, 2017).

Nilai perusahaan dijadikan fokus utama dalam pengambilan keputusan oleh investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Untuk menarik minat investor, perusahaan mengharapkan manajer keuangan sehingga kemakmuran pemegang saham dapat dicapai. Nilai perusahaan tidak hanya cerminan bagaimana nilai intrinsik pada saat ini tetapi juga mencerminkan suatu prospek dan harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaan dimasa depan (Karin,dkk 2020).

Salah satu faktor yang juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *profitabilitas*. *Profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total asset maupun modal sendiri (Hasni,2018). *Profitabilitas* dapat mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan dengan *profitabilitas* yang tinggi maka kinerja perusahaan tersebut akan semakin baik. *Profitabilitas* yang meningkat menunjukkan kinerja manajemen meningkat dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih (*profitabilitas* meningkat). Sehingga efektivitas manajemen dalam mengelola investasi yang dimiliki perusahaan, investor juga memperhatikan kinerja manajemen yang mampu mengelola sumber dana pembiayaan secara efektif untuk menciptakan laba bersih.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahman, dkk (2017) menjelaskan *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Arief (2018) hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *profitabilitas* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

*Managerial overconfidence* didefinisikan sebagai manajerial yang memiliki rasa percaya diri yang berlebihan. Manajerial yang terlalu percaya diri memiliki kecenderungan untuk melebih-lebihkan pengetahuan, kemampuan, dan ketepatan informasi yang diberikan. Perilaku tersebut dapat memberikan ilusi atau gambaran bahwa terdapat kemungkinan adanya salah saji yang tidak disengaja pada pelaporan keuangan perusahaan (Schrand dan Zechman, 2016).

Manajerial yang terlalu percaya diri akan cenderung meremehkan risiko keputusan, sehingga melebih-lebihkan nilai keputusan dan mengarah pada perilaku irasional tertentu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Perilaku manajemen tersebut dapat mempengaruhi aktivitas akuntansi perusahaan yang berdampak pada laporan keuangan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa manajerial yang terlalu percaya diri dapat terlibat dalam nilai perusahaan untuk keperluan informasi pribadi atau informasi kepada investor yang menyesatkan (Lin dan Chen, 2017). Gao dan Han (2020) menyatakan bahwa variabel *managerial overconfidence* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan manajer yang terlalu percaya diri cenderung sangat antusias dengan risiko, dengan demikian mereka lebih mungkin untuk mengejar inovasi (Kadek *et al.*, 2019).

*Intellectual capital* merupakan istilah dari aset tidak berwujud yang merupakan gabungan dari pasar dan kekayaan intelektual yang berpusat pada manusia dan infrastruktur yang mendorong untuk melaksanakan dan mengembangkan perusahaan. Modal intelektual mencakup semua pengetahuan karyawan, organisasi dan kemampuan untuk menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif berkelanjutan Ulum (2017).

Bontis (1998) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai segala sesuatu yang ada dalam perusahaan terkait sumber daya tak berwujud, termasuk proses yang dilakukan perusahaan dalam mengolah sumber daya tersebut. sebuah metode pengukuran tidak langsung *intellectual capital* dengan *Value added Intellectual Coefficient* (VAIC™). Komponen utama VAIC™ dapat dilihat dari sumber daya yaitu *capital employed* (*Value added Capital Employed - VACA*), *human capital* (*Value added Human Capital - VAHU*), *structural capital* (*Struktural Capital Value added - STVA*).

Menurut Awaliyah & Safriliana (2016), Devi (2017), Ardianto & Rivandi (2018), dan Rivandi (2018) menunjukkan *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Modal intelektual yaitu sumber daya perusahaan mendasari pengetahuan berupa aktiva tidak berwujud sehingga dijadikan nilai untuk perusahaan. Sinyal positif didapatkan investor melalui IC yang diberikan perusahaan digunakan menciptakan inovasi dan persaingan bisnis yang kompetitif. Nilai perusahaan meningkat dilihat dari semakin tingginya jumlah IC.

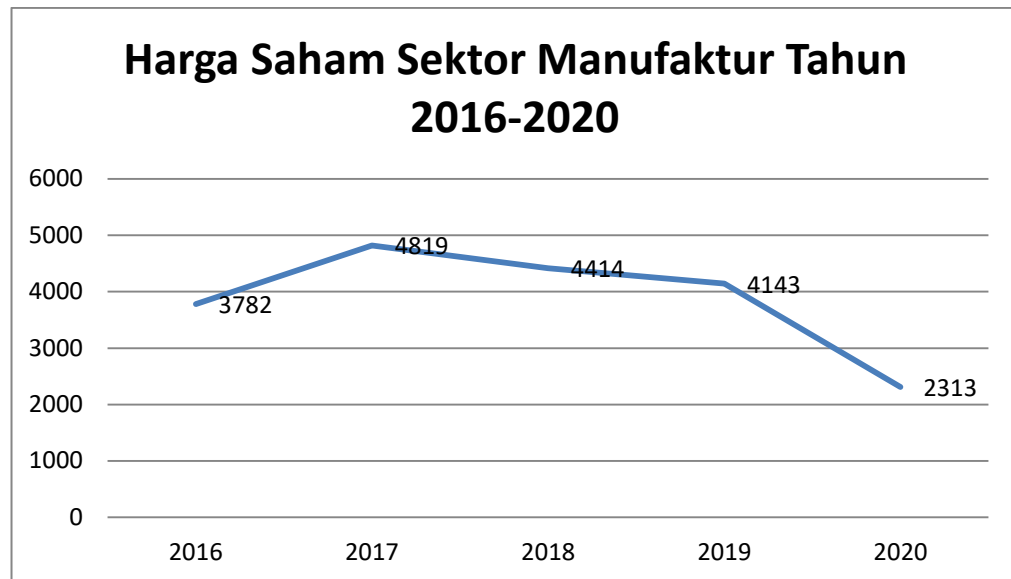
*Intellectual capital* yaitu aktiva tidak berwujud berupa gabungan pasar serta kekayaan intelektual berpusat terhadap manusia beserta infrastruktur untuk mendorong dan mengembangkan perusahaan. Kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan diungkapkan melalui informasi mengenai aktiva tidak berwujud meningkat. Nilai perusahaan tinggi disebabkan oleh tingginya jumlah ICD.

Penelitian mengenai *intellectual capital* penting dilakukan dan memiliki ketertarikan sendiri oleh peneliti karena *intellectual capital* diakui sebagai *intangible asset* yang besar nilainya, namun sampai saat ini belum banyak perusahaan yang telah mampu mengukur, menilai dan mencantumkannya dalam laporan posisi keuangan perusahaan. Sehingga masih dibutuhkan banyak studi dan penelitian untuk mengukur dan menilai secara kuantitatif nilai sesungguhnya *intellectual capital* sehingga dalam laporan posisi keuangan perusahaan benar benar mencerminkan nilai total aset yang dimiliki perusahaan yang akan berkontribusi dalam hal penciptaan nilai bagi suatu perusahaan. Pemahaman mengenai *intellectual capital* dapat meningkatkan nilai perusahaan juga mulai dikenal oleh pelaku bisnis namun dalam prakteknya belum semua pelaku bisnis menerapkannya.

Penelitian ini mereplikasi penelitian Wanda (2021) yang meneliti tentang “*Pengaruh Intellectual Capital Dan Managerial Overconfidence Terhadap Nilai Perusahaan*”. Penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wanda (2021) karena penelitian ini menambah satu variabel independen yaitu *profitabilitas* (X) sehingga peneliti menggunakan tiga variabel independen yaitu *profitabilitas* ( $X_1$ ), *managerial overconfidence* ( $X_2$ ) dan *intellectual capital* ( $X_3$ ).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alma et.al (2021) menyatakan bahwa variabel *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi modal yang tersedia (*intellectual capital*) perusahaan maka semakin tinggi kontribusi modal yang tersedia terhadap penciptaan *intellectual capital* perusahaan yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erfa (2018) menyatakan bahwa variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin besar nilai saham *intellectual capital* dalam perusahaan ternyata tidak dapat mendorong peningkatan efektivitas nilai perusahaan manufaktur di BEI.

Sektor manufaktur adalah suatu cabang industri yang mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dan suatu medium proses untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi untuk dijual. Istilah ini bisa digunakan untuk aktivitas manusia, dari kerajinan tangan sampai ke produksi dengan teknologi tinggi, namun demikian istilah ini lebih sering digunakan untuk dunia industri, dimana bahan baku diubah menjadi barang jadi dalam skala yang besar. Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjalankan proses pembuatan produk. Sebuah perusahaan bisa dikatakan perusahaan manufaktur apabila ada tahapan input-proses-output yang akhirnya menghasilkan suatu produk. . Berikut ini merupakan data harga saham manufaktur tahun 2016 - 2020 :



Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2022

**Gambar 1.1 Harga Saham Sektor Manufaktur Tahun 2016 – 2020**

Naik turunnya harga saham dipasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri. Adapun alasan penurunan harga saham di perusahaan Manufaktur terjadi karena PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. (AISA). Pergerakan saham PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. (AISA) yang dua hari berturut-turut turun lebih dari 9%. Selain itu alasan rendahnya harga saham sektor manufaktur dikarenakan naik turunnya suku bunga yang diakibatkan kebijakan bank sentral Amerika (*Federal Reserve*). Naik turunnya suku bunga acuan Bank Indonesia dan nilai ekspor impor yang berakibat langsung pada nilai tukar rupiah, tingkat inflasi termasuk salah satu kondisi ekonomi makro.

Berdasarkan penjelasan yang diuraikan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengathui bagaimana pengaruh antara *profitabilitas* ( $X_1$ ), *managerial overconfidence* ( $X_2$ ) dan *intellectual capital* ( $X_3$ ) terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas, Managerial Overconfidence dan Intellectual Capital terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI”**.

## 1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup subjek yang diteliti adalah pengaruh *Profitabilitas*, *Managerial Overconfidence* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan. Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah analisis pengaruh *Profitabilitas*, *Managerial Overconfidence* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini adalah Bursa Efek Indonesia melalui penelusuran data sekunder di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan?
2. Apakah *Managerial Overconfidence* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan?
3. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai perusahaan.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Managerial Overconfidence* terhadap Nilai perusahaan.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis  
Hasil penelitian ini diupayakan dapat menjadi salah satu cara memperkaya pengetahuan dan menambah ilmu pengetahuan terbaru kepada pembaca khususnya yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

## 2. Manfaat Praktisi

### a) Bagi organisasi/lembaga pendidikan

Dapat digunakan untuk menyumbangkan ide kepada organisasi/lembaga pendidikan untuk memberikan informasi tentang nilai perusahaan terkait pengaruh *Profitabilitas*, *Managerial Overconfidence* dan *Intellectual Capital*.

### b) Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan, khususnya mengenai pengaruh *Profitabilitas*, *Managerial Overconfidence* dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan dan menjadi bahan tambahan informasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan.

### c) Bagi Akademisi dan Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi terutama dalam bidang manajemen keuangan, dan mendorong penelitian yang lebih lanjut dengan menambahkan variabel – variabel lain yang belum termasuk dalam penelitian ini.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian ini terdiri dari:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi pemaparan mengenai variabel penelitian dan definisi operasionalnya, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode



pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menerangkan tentang gambaran umum perusahaan, deskripsi variabel, hasil dan pembahasan mengenai pengaruh *Profitabilitas*, *Managerial Overconfidence* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai perusahaan

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini bersisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka adalah suatu susunan tulisan diakhir sebuah karya ilmiah yang isinya berupa nama penulis, judul, tulisan, penerbit, identitas penerbit, dan tahun terbit.

#### **LAMPIRAN**