

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pihak manajemen mempunyai informasi akurat yang tidak diketahui oleh investor luar, sehingga jika manajemen menyampaikan suatu informasi ke pasar maka informasi tersebut akan direspon oleh pasar sebagai suatu sinyal adanya peristiwa tertentu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan di mata investor. Reaksi ini dapat diukur dengan menggunakan *return* sebagai nilai perubahan harga saham atau dengan menggunakan *abnormal return* (Wahyuningsih 2017). Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Dewantara (2012) yang menyatakan bahwa pengumuman laporan keuangan memiliki kandungan informasi, yang reaksinya ditunjukkan dengan naiknya perdagangan saham dan *variabilitas return* saham pada minggu saat pengumuman laporan keuangan.

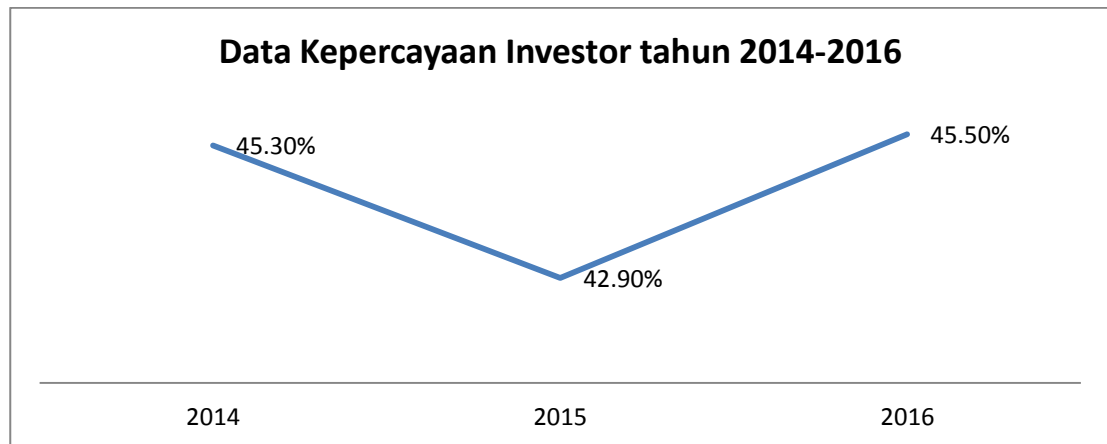
Informasi yang disampaikan manajemen perusahaan tersebut dapat berupa informasi non-keuangan dan informasi keuangan dalam bentuk laporan keuangan yang terkandung di dalamnya informasi kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba, yang merupakan sinyal mengenai kinerja keuangan di masa akan datang yang dipakai dasar pengambilan keputusan. Jika informasi tersebut relevan bagi para pelaku pasar modal, maka informasi ini akan digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan nilai saham perusahaan yang bersangkutan. Akibatnya akan terjadi respon atau reaksi pasar berupa perubahan harga saham perusahaan yang bersangkutan ke harga *ekuilibrium* yang baru. Harga *ekuilibrium* ini akan bertahan sampai ada informasi baru lainnya yang akan merubah harga saham kembali ke harga *ekuilibrium* yang baru (Jogiyanto, 2010). Jika investor bertransaksi dalam sebuah pasar, maka mereka dapat mendasarkan pada harga-harga yang merefleksikan berbagai rangkaian informasi, termasuk informasi laporan keuangan.

Kepercayaan investor biasanya menyangkut tentang pandangan seorang individu terhadap kemampuan yang dimiliki. Faktor kepercayaan diri merupakan salah

satu bias psikologi yang menyangkut seberapa baik seseorang memahami kemampuannya dan pengetahuannya serta memahami keterbatasan yang dimilikinya. Investor sebagai salah satu *stakeholder* perusahaan belum dapat memperoleh informasi laporan keuangan yang mencerminkan nilai sesungguhnya *intellectual capital*, sehingga dalam laporan keuangan perusahaan benar-benar mencerminkan nilai total aset yang dimiliki perusahaan.

Ketika manajer mampu mengelola organisasi secara maksimal, khususnya dalam upaya penciptaan nilai bagi perusahaan, maka itu artinya manajer telah memenuhi aspek etika dari teori stakeholder, dan ketika para stakeholder berupaya untuk mengendalikan sumber daya organisasi, maka orientasinya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Kesejahteraan tersebut diwujudkan dengan semakin tingginya return yang dihasilkan oleh organisasi. Para stakeholder berkepentingan untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki oleh organisasi. Menurut teori stewardship pemilik (*principal stakeholders*) perusahaan adalah direktur dan karyawan (*principals dan stewards*). Teori stewardship adalah teori yang menggambarkan situasi dimana para manajer tidaklah termotivasi oleh tujuan-tujuan individu tetapi lebih ditujukan pada sasaran hasil utama mereka untuk kepentingan organisasi. (Dewantara dan M.Nasir, 2018).

Fenomena data penurunan kepercayaan investor selama kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir yaitu pada tahun 2014-2016 di perusahaan sektor industri barang konsumsi yaitu sebagai berikut:



Sumber : Data diolah,2019

Gambar 1.1 Data Kepercayaan Investor tahun 2014-2016

Berdasarkan data diatas selama kurun waktu 3 (tiga) tahun trakhir yaitu pada tahun 2014-2016 di perusahaan sektor industri barang konsumsi terjadi penurunan kepercayaan investor yang sangat drastis pada tahun 2015. Hal ini dikarenakan pada tahun 2015 perusahaan sektor industri barang konsumsi kinerja keuangan perusahaan menurun drastis dan membuat harga saham perusahaan juga menurun.

Perubahan yang menandai suatu perkembangan ekonomi yang lebih mengedepankan modal pengetahuan dalam aktivitasnya atau disebut dengan ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*) (Schiavone, 2014). Namun dalam perkembangannya, akuntansi belum mampu mengakomodasi kebutuhan untuk pelaporan aset yang berupa pengetahuan sehingga menyebabkan perbedaan yang signifikan antara nilai pasar dengan nilai buku perusahaan. Menurut Brennan & Connel dalam Noel dan Elizabeth (2016), adanya perbedaan nilai ini disebabkan oleh *Intellectual Capital* (IC) yang tidak tercatat di neraca perusahaan. IC dapat disamakan dengan modal perusahaan yang berbasis informasi atau pengetahuan.

Informasi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Informasi tersebut menjadi sesuatu yang amat vital dan perusahaan harus

mengungkapkannya secara lengkap (*full disclosure*) dan dapat diandalkan (*reliable*). Informasi yang disampaikan perusahaan berupa laporan keuangan. Laporan keuangan ini harus dipublikasikan kepada stakeholder sebagai alat pertanggungjawaban manajemen dalam mengelola perusahaan. Laporan keuangan ini terdiri dari laporan keuangan yang bersifat wajib (*mandatory*) dan bersifat sukarela (*voluntary*). Laporan keuangan mandatory terdiri dari neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan (PSAK No.1 revisi 1998, par 7). Selain itu, ada laporan keuangan yang bersifat sukarela (*voluntary*). Laporan keuangan ini tidak diharuskan untuk disusun dan disajikan sesuai dengan PSAK. Perusahaan dianjurkan untuk menyajikan laporan tahunannya yang mengandung informasi yang diperlukan para stakeholder, tidak hanya terbatas pada laporan keuangan yang mandatory tetapi juga laporan yang bersifat voluntary. Salah satu informasi penting yang bersifat *voluntary* adalah informasi tentang *intellectual capital* (IC).

Penelitian yang dilakukan oleh Della (2018) telah melakukan penelitian mengenai praktik *intellectual capital* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. menyebutkan bahwa tingkat *intellectual capital* hanya 45,53 persen ditahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran perusahaan Indonesia dalam mengungkapkan informasi mengenai *intellectual capital* masih rendah, sedangkan *intellectual capital* ini merupakan salah satu informasi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang nantinya akan berguna bagi para stakeholders bahwa pentingnya modal intelektual tidak searah dengan luas informasi modal intelektual yang diungkapkan perusahaan. Pada akhirnya dapat mengakibatkan keputusan yang diambil stakeholders menjadi kurang tepat.

Value Added Intellectual Coefficient (VAIC) adalah sebuah metode yang dikembangkan oleh Pulic (1998, 1999, 2000), disebutkan bahwa nilai pasar perusahaan terbentuk oleh *capital employed* dan *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital* dan *structural capital*. Pulic (2000) menyarankan bahwa

metode VAIC digunakan untuk memperoleh informasi mengenai *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tak berwujud (*intangible asset*) yang dimiliki perusahaan. Mengukur efisiensi perusahaan dengan tiga tipe input; *physical financial capital*, *human capital*, dan *structural capital*, yang selanjutnya disebut *Capital Employed Efficiency* (VACA), *Human Capital Efficiency* (VAHU), dan *Structural Capital Efficiency* (STVA). Penjumlahan dari ketiga komponen tersebut yang menjadi nilai dari VAIC. Dengan VAIC yang semakin tinggi memerlukan pengelolaan pemanfaatan potensi penciptaan nilai perusahaan yang semakin baik.

Penelitian ini juga berusaha menguji hubungan antara *intellectual capital* dengan kepercayaan investor yang diukur melalui nilai *cumulative abnormal return* (CAR). Berdasarkan Novianti (2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan *intellectual capital* mengurangi biaya transaksi dan ketidakpastian diantara pihak-pihak yang berhubungan. Selain itu, berdasarkan penelitian Healy dan hasil akhir yang dilaporkan oleh Healy dan Palepu (1993); Skinner, (1994); Walker, (1995); Botosan, (1997) bahwa *intellectual capital* yang makin tinggi akan memberikan informasi yang kredibel atau dapat dipercaya, dan akan mengurangi kesalahan evaluasi dalam harga saham perusahaan.

Growth opportunity merupakan peluang untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi atau peluang untuk mengembangkan perusahaan. (Arief,2015). Pertumbuhan perusahaan yang dilihat dari total asset di masing-masing perusahaan mengalami peningkatan yang cukup tinggi sehingga membuat harga saham di perusahaan mengalami peningkatan. Maka investor akan menanggapi positif terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang. Semakin baik pertumbuhan perusahaan maka memberi respon positif bagi investor untuk melakukan investasi. Sehingga harga saham perusahaan tersebut meningkat.

Growth opportunity dapat mempengaruhi kepercayaan investor, hal ini dikarenakan perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi akan cenderung membutuhkan

dana dalam jumlah yang cukup besar untuk membiayai pertumbuhan tersebut dimasa yang akan datang. Perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan semakin meningkat dimasa yang akan datang dan akan lebih memilih menggunakan saham dalam mendanai operasional perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan mempunyai prediksi peluang pertumbuhan rendah maka perusahaan akan lebih banyak menggunakan utang jangka panjang.(Irene,2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Hermuningsih (2013) menjelaskan bahwa *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor. Hal ini karena peluang pertumbuhan pada dasarnya mencerminkan produktifitas perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan maupun investor dan kreditor. Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Fika (2016) menjelaskan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor Karena semua investor bisa menangkap sinyal tentang adanya peningkatan aktiva tetap berupa *growth opportunity* (GRO).

Umur perusahaan yaitu seberapa lama suatu perusahaan mampu untuk bertahan, bersaing, dan mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian (Wahyu, 2011). Perusahaan yang sudah lama berdiri, kemungkinan sudah banyak pengalaman yang diperoleh. Semakin lama umur perusahaan, semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Dan hal ini akan menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan-perusahaan tersebut. Umur perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan investor dimana perusahaan yang berumur akan lebih memilih untuk memakmurkan para pemegang saham karena para stakeholder merupakan kunci penting perusahaan tersebut.

Umur perusahaan dapat mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut.

Seberapa besar suatu perusahaan dapat digambarkan dalam kedewasaan perusahaan. Kedewasaan perusahaan akan membuat perusahaan yang bersangkutan memahami apa yang diinginkan oleh stakeholder dan shareholdernya. Perusahaan yang sudah lama berdiri tentunya akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat luas. Dengan demikian, tentunya perusahaan yang sudah lama berdiri akan selalu menjaga stabilitas dan citra perusahaan. Untuk menjaga stabilitas dan citra, perusahaan akan berusaha mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya. Pengukuran umur perusahaan dihitung sejak berdirinya perusahaan sampai dengan data observasi (*annual report*). (Latifah, 2018). Dari *annual report* yang diterbitkan perusahaan akan mengungkapkan seberapa bagus kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas dan citra. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Soraya (2015) menjelaskan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap kepercayaan investor. Sedangkan penelitian yang dilakukan Elva (2012) menjelaskan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan investor.

Pada penelitian ini objek penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2018. Alasan memilih perusahaan yang bergerak di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, karena perusahaan yang bergerak di bidang ini cukup diminati oleh para investor sebab telah dibuktikan melalui daya tahan sektor manufaktur terutama ditopang oleh sektor konsumen yang tumbuh 28%. Kenaikan ini merupakan kenaikan tertinggi kedua dari sepuluh sektor yang ada. Kinerja sektor konsumen juga lebih tinggi dari dua sektor lainnya yakni sektor aneka industri dan industri kimia dasar yang juga menjadi bagian indeks manufaktur untuk menginvestasikan dana milik mereka (<http://www.kemenperin.go.id>). Selain itu, secara tidak langsung, sektor industri barang konsumsi dapat mempresentasikan seberapa besar tingkat konsumtif masyarakat. Berdasarkan latarbelakang tersebut penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul : **“Pengaruh *Intellectual Capital*, *Growth Opportunity*, dan Umur Perusahaan**

Terhadap Kepercayaan Investor pada Perusahaan Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *intelektual capital* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor perusahaan sektor industri barang dan konsumsi?
2. Apakah *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor perusahaan sektor industri barang dan konsumsi?
3. Apakah umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor perusahaan sektor industri barang dan konsumsi?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah *growth opportunity*, umur perusahaan, *intelektual capital* dan kepercayaan investor.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan syariah.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini yaitu Bursa Efek Indonesia.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2018 sampai dengan selesai. Periode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah periode 2014- 2018.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu

Ruang lingkup ilmu Pasar Modal dan Intelektual Capital, Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Manajemen Keuangan dan Perusahaan dan Pasar Modal.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan diatas maka diambil tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *intelektual capital* berpengaruh terhadap kepercayaan investor perusahaan sektor industri barang dan konsumsi
2. Untuk mengetahui apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap kepercayaan investor perusahaan sektor industri barang dan konsumsi
3. Untuk mengetahui apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap kepercayaan investor perusahaan sektor industri barang dan konsumsi.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan mengetahui pemecahan permasalahan, maka akan diperoleh beberapa manfaat, antara lain:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang diimplementasikan untuk mengetahui *intelektual capital*.

2. Bagi Emiten

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh emiten sebagai masukan dalam mengetahui proses pengambilan keputusan dengan melihat kemampuan *intelektual capital*, *growth opportunity*, umur perusahaan dan kepercayaan investor.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh investor sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal serta dapat menyesuaikan dengan cepat terhadap informasi baru mengenai *intelektual capital*.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitisn ini diharapkan dapat memberikan pegangan referensi bagi penelitian dibidang yang sama dimasa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini tercantum latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis / peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisa statistika maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika dan hipotesa (bila diperlukan).

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, mahasiswa mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya pikirnya dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya, dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada BAB II. Mahasiswa diharapkan dapat mengemukakan suatu gagasan/rancangan/model/ teori baru untuk memecahkan masalah yang dibahas dengan tujuan penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan rangkuman dari pembahasan, yang sekurang-kurangnya terdiri dari; (1) jawaban terhadap perumusan masalah dan tujuan

penelitian serta hipotesis; (2) hal baru yang ditemukan dan prospek temuan; (3) pemaknaan teoritik dari hal baru yang ditemukan.

Saran merupakan implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan penggunaan praktis. Sekurang-kurangnya memberi saran bagi perusahaan (objek penelitian) dan penelitian selanjutnya, sebagai hasil pemikiran penelitian atas keterbatasan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN