

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Teori Persinyalan

Sinyal diberikan perusahaan mengenai kinerja perusahaan dalam aspek keuangan maupun non-keuangan dan pencapaian kinerja yang telah diraih oleh manajemen dalam merealisasikan harapan dan keputusan para pemegang saham. Informasi yang diberikan oleh perusahaan umumnya merupakan catatan atau gambaran mengenai kondisi perusahaan pada masa lalu, saat ini, maupun keadaan di masa yang akan datang. Perusahaan dapat memberikan sinyal terkait modal dasar dan rasio-rasio keuangan. Melalui sinyal tersebut, pasar diharapkan dapat membedakan antara perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Hartono, 2005).

Teori sinyal berakar pada teori pragmatik yang memusatkan perhatiannya kepada pengaruh informasi terhadap perubahan perilaku pemakai informasi. Salah satu informasi yang dapat dijadikan sinyal adalah pengumuman yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Pengumuman ini nantinya dapat mempengaruhi naik turunnya harga sekuritas perusahaan yang melakukan pengumuman (Suwardjono, 2005).

Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka menerapkan kebijakan akuntansi yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas karena prinsip ini mencegah perusahaan melakukan tindakan manajemen laba dan membantu pengguna laporan keuangan yang menyajikan laba dan aktiva yang tidak *overstate* (Jama'an, 2008).

Teori sinyal juga dapat membantu pihak perusahaan, pemilik, dan pihak luar perusahaan mengurangi asimetri informasi dengan menghasilkan kualitas atau integritas informasi laporan keuangan. Untuk memastikan pihak-pihak yang

berkepentingan meyakini keandalan informasi keuangan yang disampaikan pihak perusahaan, perlu mendapatkan opini dari pihak lain yang bebas memberikan pendapat tentang laporan keuangan (Jama'an, 2008).

Manajer (CEO) perlu mengungkapkan informasi terkait nilai aset tidak berwujud yaitu perbedaan antara nilai pasar perusahaan dan nilai bukunya serta komponen-komponen aset tidak berwujud yang berharga (seperti *intellectual capital*, *brand name*, litbang) dalam laporan keuangan agar dapat memberikan informasi mengenai nilai perusahaan yang sebenarnya (Foster, et al., 2003). Berdasarkan teori ini, penelitian tentang aset tidak berwujud (pengungkapan modal intelektual) yang berpengaruh pada nilai pasar perusahaan (kapitalisasi) serta pengaruh tingkat profitabilitas perusahaan terhadap nilai pasar perusahaan (kapitalisasi) menjadi menarik untuk dilakukan.

## **2.2 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi erat kaitannya dengan pengungkapan modal intelektual. Hal ini disebabkan lokasi operasional perusahaan yang berdampingan dengan masyarakat menyebabkan perusahaan mempunyai kontrak sosial dengan masyarakat sebagai pihak eksternal perusahaan. Kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat diuraikan dalam penelitian Burlea dan Popa (2013:2) yang membuat kerangka konsep teori legitimasi sebagai mekanisme yang mendukung organisasi dalam mengimplementasikan dan mengembangkan pengungkapan sosial dan lingkungan sukarela untuk memenuhi kontrak sosial mereka yang memungkinkan pengakuan akan tujuan dan kelangsungan hidup perusahaan di lingkungan masyarakat yang gelisah dan penuh gejolak. Teori ini memainkan peran sebagai faktor utama yang membenarkan pentingnya pengungkapan informasi kepada lingkungan termasuk didalamnya pengungkapan modal intelektual.

Dasar pemikiran teori ini adalah perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori ini menganjurkan perusahaan untuk menyakinkan bahwa aktivitas perusahaan dapat diterima oleh

masyarakat bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap masyarakat. Pengakuan legitimasi publik ini menjadi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam lingkungan sosial perusahaan. Teori ini sangat mendukung adanya pengungkapan modal intelektual pada praktik perusahaan karena manfaat yang akan didapat dari pengungkapan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat sehingga nilai perusahaan semakin baik di tengah masyarakat.

### **2.3 Kapitalisasi Pasar**

Kapitalisasi pasar merupakan nilai dari sebuah perusahaan berdasarkan perhitungan harga saham dikalikan dengan jumlah saham yang beredar (Ibrahim et al., 2004). Jadi ketika harga saham suatu perusahaan di pasar semakin mahal dan semakin banyak jumlah saham beredarnya hal tersebut akan membuat kapitalisasi pasar perusahaan tersebut semakin tinggi. Dengan demikian, besar tidaknya sebuah perusahaan di bursa saham adalah dengan melihat ukuran kapitalisasi pasar dari suatu perusahaan tersebut. Perusahaan dengan nilai kapitalisasi pasar yang tinggi akan menarik investor dalam memilih saham. Harga pasar merupakan harga yang paling mudah ditentukan karena harga pasar merupakan harga satuan suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung.

Suhartono (2009) menjelaskan nilai kapitalisasi pasar dibagi menjadi 3 :

1. Kapitalisasi Besar (*Big-Cap*)  
Saham yang nilai kapitalisasi pasarnya > Rp 145 triliun. Sering disebut dengan saham unggulan /saham lapis pertama.
2. Kapitalisasi Sedang (*Mid-Cap*)  
Saham yang nilai kapitalisasi pasarnya Rp 29 triliun – Rp 145 triliun. Sering disebut saham lapis kedua.
3. Kapitalisasi Kecil (*Small-Cap*)  
Saham yang nilai kapitalisasi pasarnya Rp 4.35 triliun – Rp 29 triliun. Sering disebut dengan saham lapis ketiga.

Dalam investasi portofolio, nilai kapitalisasi pasar memiliki makna yang penting bagi investor. Kapitalisasi pasar juga memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi minat investor untuk menjadikannya sebagai instrument portofolio atau tidak (Hartono, 2007). Umumnya, semakin besar nilai kapitalisasi pasar suatu saham, maka semakin besar pula daya pikat saham tersebut bagi investor. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil nilai kapitalisasi pasar semakin kurang menarik bagi investor (Tendelilin, 2009).

Dalam perhitungan kapitalisasi pasar, harga saham yang digunakan adalah harga saham penutupan (*closing price*) pada saat akhir periode dikalikan dengan jumlah saham beredar perusahaan (Ibrahim, 2004). Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anam, dkk (2011) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara pengungkapan modal intelektual terhadap kapitalisasi pasar. Ketika suatu perusahaan mengungkapkan modal intelektualnya, maka para investor bisa memprediksi secara langsung mengenai risiko investasinya serta meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian pengungkapan modal intelektual bisa dijadikan sebagai salah satu faktor yang akan dipertimbangkan oleh investor dengan menyimpulkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai nilai yang tinggi dan investor bisa pula melihat bagaimana kondisi perusahaan tersebut di masa depan.

## **2.4 Modal Intelektual**

Secara umum modal intelektual merupakan informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan suatu nilai dan merupakan salah satu sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ada beberapa pengertian mengenai modal intelektual (*intellectual capital*), Stewart (dalam Yudianti, 2000) mendefinisikan modal intelektual sebagai “*packaged useful knowledge*” yang merupakan suatu sumber daya berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan yang menghasilkan aset bernilai tinggi dan manfaat ekonomi perusahaan di masa mendatang.

Bontis (2000) mengklasifikasikan komponen dari modal intelektual, modal intelektual dalam arti luas terdiri dari :

*Human Capital* atau modal manusia, modal manusia dalam definisi mereka diartikan sebagai pengetahuan, kualifikasi dan keterampilan karyawan dalam memproduksi barang dan jasa serta kemampuan untuk dapat berhubungan dengan pelanggan. Menurut Bontis (2004) *human capital* adalah kombinasi dari pengetahuan, *skill*, kemampuan melakukan inovasi dan kemampuan menyelesaikan tugas, meliputi nilai perusahaan, kultur serta filsafatnya. Ketika suatu perusahaan berhasil dalam mengelola pengetahuannya, maka hal tersebut dapat meningkatkan *human capital*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *human capital* merupakan kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang terdapat dalam setiap individu yang berada dalam perusahaan tersebut.

Modal struktural atau *Structural Capital*, mengacu pada pengetahuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar, yang mencakup proses produksi, teknologi informasi, sistem operasional perusahaan, hubungan pelanggan, *Research & Development*, dan lain-lain. Modal struktur merupakan -infrastruktur pendukung dari *human capital* sebagai sarana prasarana pendukung kinerja karyawan. Sehingga, walaupun karyawan memiliki pengetahuan yang tinggi namun bila tidak didukung oleh sarana prasaran yang memadai, maka kemampuan karyawan perusahaan tersebut tidak akan menghasilkan modal intelektual bagi perusahaan itu sendiri.

Klasifikasi yang ketiga ialah, *Customer Capital* atau *Relational Capital* yang didalamnya mencakup orang-orang yang berhubungan dengan perusahaan, dimana orang-orang tersebut merupakan orang-orang yang menerima pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. *Customer Capital* juga bisa diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sehingga menghasilkan hubungan baik dengan pihak luar. Pernyataan modal intelektual sendiri dinyatakan secara eksplisit dalam PSAK No. 19 tahun (revisi 2000) 2009 mengenai aset tak berwujud. Berdasar PSAK No. 19 tersebut aset

tidak berwujud merupakan aset non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak yang lainnya, atau untuk tujuan administratif (IAI, 2009).

#### **2.4.1 Pengungkapan Modal Intelektual (ICD)**

Penguasaan teknologi berbasis internet dan tingkat kompleksitas bisnis yang semakin meningkat menuntut semakin tingginya transparansi informasi tentang operasional perusahaan kepada seluruh *stakeholders*. Hal ini menjadi salah satu kebutuhan pihak manajemen untuk mampu mempertahankan kepercayaan *investor* pada perusahaan. Pengungkapan secara konseptual dibahas dalam penelitian Suteja (2006) yang menyebutkan pengungkapan merupakan bentuk penyajian informasi laporan keuangan kepada para *investor* dengan tujuan tidak membuat investor tersesat dalam membuat kebijakan investasi. Bentuk penyajian informasi dalam laporan keuangan dapat dibedakan menjadi dua sifat, yaitu pengungkapan yang bersifat wajib (*mandatory disclosure*) serta pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

Berdasarkan praktiknya pengungkapan modal intelektual masih bersifat sukarela di beberapa perusahaan. Hal ini disebabkan belum adanya peraturan dan indikator penentu item modal intelektual yang resmi berlaku saat ini. Berbeda dengan definisi lain yang lebih spesifik tentang pengungkapan modal intelektual dipublikasikan dalam simposium nasional Akuntansi oleh Ulum (2015) mendefinisikan pengungkapan modal intelektual sebagai pengungkapan informasi tentang modal intelektual yang disajikan dalam laporan tahunan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Purnomoshidi (2005) menyebutkan manfaat pengungkapan modal intelektual adalah menginformasikan cara untuk memperoleh keunggulan kompetitif guna meningkatkan daya saing, yaitu dengan lebih memberdayakan modal intelektual, yang diwujudkan dalam bentuk aktivitas-aktivitas inovatif. Hal ini yang menjadikan pengungkapan modal

intelektual perlu dilakukan oleh perusahaan agar aset tidak berwujud dapat memberikan manfaatnya secara optimal pada nilai perusahaan dipasar global.

Tujuan pengungkapan lebih rinci dikemukakan oleh Suwardjono (2012) sebagai bentuk penyajian informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak dengan kepentingan berbeda-beda. Pengungkapan dapat diwajibkan untuk tujuan melindungi (*Protective*), informatif (*informative*), atau melayani kebutuhan khusus (*Differentia*). Berikut tujuan pengungkapan:

1. Tujuan melindungi

Tujuan melindungi dilandasi oleh gagasan bahwa tidak semua pemakai cukup canggih sehingga pemakai perlu dilindungi dengan mengungkapkan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya atau tidak mungkin mengolah informasi untuk menangkap substansi ekonomik yang melandasi suatu pos statemen keuangan. Tujuan melindungi biasanya menjadi pertimbangan badan pengawas yang mendapat otoritas untuk melakukan pengawasan terhadap pasar modal yaitu Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

2. Tujuan informatif

Tujuan informatif dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang dituju sudah jelas dengan tingkat kecanggihan tertentu. Pengungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan pemakai tersebut. Tujuan ini biasanya melandasi penyusunan standar akuntansi untuk menentukan tingkat pengungkapan.

3. Tujuan Kebutuhan Khusus

Tujuan ini merupakan gabungan dari tujuan perlindungan publik dan tujuan informatif. Hal-hal yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang

dituju sementara untuk tujuan pengawasan berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang menuntut pengawasan secara rinci.

Penelitian ini mengusulkan pengungkapan modal intelektual secara konseptual dapat diartikan sebagai bentuk uraian item modal intelektual yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan guna memberikan informasi untuk investor dalam proses pengambilan keputusan berinvestasi. Pengungkapan ini menjadi penting karena menjadi salah satu aspek perhitungan investor dalam menilai prospek perusahaan dari segi pengelolaan aset yang optimal.

#### 2.4.2 Komponen Pengungkapan Modal Intelektual (ICD)

Berdasarkan kerangka komponen ICD yang dibangun Guthrie & Petty (2000), dan dikembangkan kerangka komponen ICD oleh Ulum (2015) dengan modifikasi berupa penambahan *item-item* yang diatur dalam Keputusan Ketua dan Bapepam-LK Nomor:Kep-431/BL/2012 tentang Penyampaian Laporan Emiten atau Perusahaan Publik. Dalam skema ini, ICD dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu *Employee Competence (Human Capital)* ( 8 item), *Internal (Structural) Capital* (15 item) , dan *Exsternal (Relational) Capital* (13 item), dengan kode “M” untuk item modifikasi.

**Tabel 2.1**

#### **Pengungkapan Modal Intelektual**

Keterangan	Jenis Item	Kode
<i>Human Capital (8 Item)</i>	Jumlah Karyawan (M)	HC1
	Level Pendidikan	HC2
	Kualifikasi Karyawan	HC3
	Pengetahuan Karyawan	HC4
	Kompetensi Karyawan	HC5
	Pendidikan & Pelatihan	HC6
	Jenis Pelatihan Terkait (M)	HC7
	<i>Turnover</i> Karyawan (M)	HC8

<i>Structural Capital (15 Item)</i>	Visi Misi (M)	SC1
	Kode Etik (M)	SC2
	Hak Paten	SC3
	Hak Cipta	SC4
	<i>Trademarks</i>	SC5
	Filosofi Manajemen	SC6
	Budaya Organisasi	SC7
	Proses Manajemen	SC8
	Sistem Informasi	SC9
	Sistem Jaringan	SC10
	<i>Corporate Governance (M)</i>	SC11
	Sistem Pelaporan Pelanggaran (M)	SC12
	Analisis Kinerja Keuangan Komperhensif (M)	SC13
	Kemampuan Membayar Utang (M)	SC14
	Struktural Permodalan (M)	SC15
<i>Relational Capital ( 13 Item)</i>	<i>Brand</i>	RC1
	Pelanggan	RC2
	Loyalitas Pelanggan	RC3
	Nama Perusahaan	RC4
	Jaringan Distribusi	RC5
	Kolaborasi Bisnis	RC6
	Perjanjian Lisensi	RC7
	Kontrak-Kontrak yang menguntungkan	RC8
	Perjanjian Franchise	RC9
	Penghargaan (M)	RC10
	Sertifikasi (M)	RC11
	Strategi Pemasaran (M)	RC12
	Pangsa Pasar (M)	RC13

Sumber : Guthrie & Petty (2000) dikembangkan Ulum (2015)

## 2.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan sebuah ukuran yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memberikan keuntungan dari modal yang diputar atau modal yang berperan dalam aktivitas perusahaan tersebut (Sutrisno, 2009). Dengan dasar pengertian tersebut profitabilitas dapat dijadikan patokan bagi investor ataupun calon investor sebagai dasar pengambilan keputusannya. Profitabilitas juga mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mendapatkan tambahan pembiayaan atau tambahan modal (Ahmad dan Heni, 2010). Para investor dan kreditor mempunyai kepentingan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan menghasilkan laba saat ini maupun di masa mendatang (Astuti, 2004).

Hubungan profitabilitas terhadap harga saham – yang menjadi salah satu ukuran penting dalam menghitung kapitalisasi pasar – telah banyak dikaji. Martani et al. (2009) misalnya, meneliti pengaruh rasio-rasio keangan, ukuran perusahaan, dan arus kas dari aktivitas operasi dalam laporan interim terhadap rerutn saham. Menggunakan perusahaan publik di Indonesia sebagai sampel, penelitian ini melaporkan bahwa variabel-variabel independen tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap return saham.

Menurut Sutrisno (2009) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Profitabilitas dapat diukur dengan dua pendekatan yaitu pendekatan investasi dan pendekatan penjualan. Rasio-rasio yang sering digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan antara lain *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), dan *return on investment* (ROI). Berdasarkan uraian diatas dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas perusahaan menggunakan *return on equity* (ROE). ROE sebagai bentuk teknik analisa rasio profitabilitas sangat penting dalam suatu perusahaan karena dengan mengetahui ROE, investor dapat mengukur kemampuan suatu badan usaha dalam menghasilkan laba dengan bermodalkan ekuitas yang sudah diinvestasikan (Brigham dan Houston, 2010).

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang kapitalisasi pasar dan pengungkapan modal intelektual telah dilakukan sebelumnya oleh beberapa penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain adalah

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>NO</b>	<b>Nama</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
<b>1</b>	M.Saleh Rahman (2015)	Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham Dan Kapitalisasi Pasar Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI	<b>Variabel Independen:</b> <i>ROA, ROE, Economic Value Added (EVA)</i>  <b>Variabel Dependen:</b> Return saham dan Kapitalisasi Pasar	Model Reagresi Berganda	<i>Return on Asset, Return on Equity, dan Economic Value Added</i> secara simultan tidak berpengaruh terhadap return saham perusahaan. <i>Return on Asset, Return on Equity, dan Economic Value</i>

					<i>Added</i> secara simultan berpengaruh terhadap kapitalisasi pasar perusahaan.
<b>2</b>	Ulum (2015:1)	Peran Pengungkapan Modal Intelektual dan Profitabilitas dalam Hubungan Antara kinerja Modal Intelektual dan Kapitalisasi Pasar	<b>Variabel</b> <b>Independen :</b> Kinerja modal intelektual <b>Variabel</b> <b>Intervening :</b> Profit dan pengungkapan <b>Variabel</b> <b>Dependen :</b> Kapitalisasi pasar	Warp PLS 3.0	IC berpengaruh positif signifikan terhadap kapitalisasi pasar, ICD berpengaruh positif signifikan terhadap kapitalisasi pasar ICP berpengaruh positif terhadap profit, Profit memediasi hubungan antara ICP dengan kapitalisasi pasar.

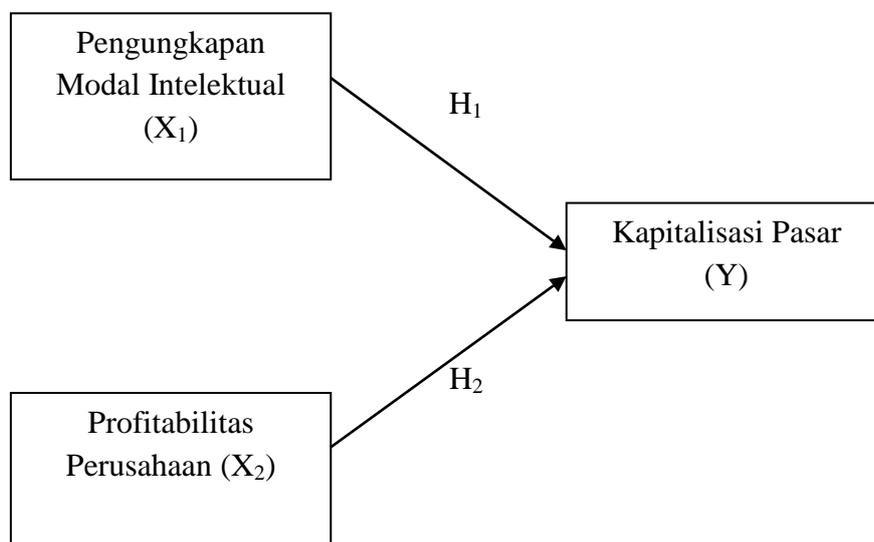
3	Permatasari (2015)	Pengaruh Pengungkapan Informasi Modal Intelektual dalam Laporan Tahunan Terhadap Kapitalisasi Pasar pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013	<b>Variabel Independen :</b> Pengungkapan informasi modal intelektual <b>Variabel kontrol :</b> Laba bersih Leverage Tingkat modal intelektual dan Konsetrasi kepemilikan <b>Variabel Dependen :</b> Kapitalisasi pasar	Model Regresi Sederhana	Modal intelektual berpengaruh positif signifikan terhadap kapitalisasi perusahaan dan variabel kontrol leverage berpengaruh tidak signifikan terhadap kapitalisasi pasar
4	Purnama (2016)	Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Pasar	<b>Variabel Independen :</b> Intellectual Capital <b>Variabel Dependen :</b> Kinerja keuangan dan nilai pasar	Regresi Linear Sederhana	Variabel intellectual capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan variabel intellectual capital

					berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pasar
5	Eliana Kisima Irawati (2017)	Pengaruh Pengukuran dan Pengungkapan Intellectual Capital terhadap Kapitalisasi Pasar	<b>Variabel Independen :</b> Intellectual Capital <b>Variabel Dependen :</b> Kapitalisasi Pasar	Regresi Linier Berganda	Intellectual Capital berpengaruh positif terhadap Kapitalisasi Pasar.

## 2.7 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini, pengungkapan modal intelektual sebagai variabel  $X_1$  dan profitabilitas perusahaan sebagai variabel  $X_2$  yang mempengaruhi kapitalisasi pasar sebagai Variabel Y.

**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**



## **2.8 Bangunan Hipotesis**

### **2.8.1 Pengaruh Pengungkapan Modal Intelektual Terhadap Kapitalisasi Pasar**

Perusahaan yang memiliki nilai laba bersih yang besar akan memberikan sinyal positif terhadap *stakeholder* melalui pengungkapan modal intelektual secara lebih dalam sehingga membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lain yang dinilai kurang menguntungkan. Perusahaan yang memiliki nilai laba bersih yang besar juga akan mempengaruhi nilai pasar dari perusahaan tersebut (Permatasari, 2015).

Perusahaan besar memiliki aset yang besar pula. Dengan demikian perusahaan akan membutuhkan biaya keagenan yang besar pula. Maka dari itu perusahaan akan melakukan segala cara untuk mengurangi biaya tersebut dengan melakukan pengungkapan sukarela secara lebih jauh, termasuk pengungkapan modal intelektual. Ketika perusahaan memiliki aset yang besar maka semakin besar pula tingkat pengungkapan modal intelektualnya dan semakin besar pula pengaruhnya terhadap tingkat kapitalisasi pasar perusahaan (Permatasari, 2015).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eliana (2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan modal intelektual berpengaruh terhadap kapitalisasi pasar. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis atau jawaban sementara atas permasalahan yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

H<sub>1</sub>: Pengungkapan Modal Intelektual Berpengaruh Signifikan Terhadap Kapitalisasi Pasar.

### **2.8.2 Pengaruh Profitabilitas (*Return on Equity*) Perusahaan Terhadap**

Nilai profitabilitas atau dalam hal ini *Return on equity* yang tinggi mencerminkan tingkat pengembalian perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki juga tinggi (Hidayati, 2013). Jika suatu perusahaan memiliki *Return on equity* yang tinggi maka kinerja keuangan perusahaan tersebut baik. Kinerja keuangan yang baik maka akan menjadi

informasi yang baik bagi investor, Karena dana yang diinvestasikan akan mendapat tingkat pengembalian yang tinggi untuk masa mendatang. Hal ini akan meningkatkan permintaan atas saham sehingga harga saham akan meningkat dan kapitalisasi pasar juga akan naik ( Prasad, 2015).

Hal ini sejalan dengan penelitian Evriliana (2015), Hidsyati (2013, dan Prasad (2015) yang menyatakan bahwa *Return on equity* (ROE) berpengaruh terhadap kapitalisasi pasar.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis atau jawaban sementara atas permasalahan yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Profitabilitas Perusahaan (*Return on Equity* ) Berpengaruh Signifikan Terhadap Kapitalisasi Pasar.