

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan yang masuk kategori perusahaan sub sektor perdagangan eceran (retail) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.

##### **4.1.1. PT. ACE Hardware Indonesia Tbk (ACES)**

Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES) didirikan awalnya bernama PT Kawan Lama Home Center tanggal 3 Pebruari 1995 dan mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 22 Desember 1995. Pada tanggal 28 Oktober 1997 nama Perusahaan diubah menjadi PT. Ace Indoritel Perkakas, dan kemudian tanggal 28 Agustus 2001 nama Perusahaan selanjutnya diubah menjadi PT Ace Hardware Indonesia, Kantor Ace Hardware terletak di Gedung Kawan Lama, Lt,5, Jl, Puri Kencana No.1, Meruya-Kembangan, Jakarta 11610 – Indonesia. Saat ini, ACES memiliki 117 gerai ritel yang terletak di sejumlah kota besar di Indonesia. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ACES meliputi usaha perdagangan umum termasuk kegiatan ekspor impor serta menjalankan usaha sebagai agen dan distributor. Kegiatan usaha utama ACES adalah penjualan eceran (ritel) barang-barang untuk kebutuhan rumah tangga dan *lifestyle*. Selain itu, ACES memiliki anak usaha dengan kepemilikan 59,9988%, yaitu PT Toys Game Indonesia yang bergerak dibidang industri dan perdagangan.

##### **4.1.2. PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT)**

Sumber Alfaria Trijaya Tbk atau lebih dikenal dengan Alfamart (AMRT) didirikan tanggal 22 Februari 1989 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1989. Kantor pusat Alfamart berdomisili di Jl, M,H, Thamrin No. 9 Cikokol, Tangerang 15117, Indonesia. Kegiatan usaha AMRT dimulai pada tahun 1989 bergerak dalam bidang perdagangan terutama rokok. Sejak tahun 2002, AMRT bergerak dalam kegiatan usaha perdagangan eceran untuk produk konsumen dengan mengoperasikan jaringan minimarket dengan nama Alfamart yang berlokasi di beberapa tempat di Jakarta, Cileungsi, Tangerang, Cikarang, Bandung, Sidoarjo, Cirebon, Cilacap, Semarang, Lampung, Malang, Bali, Klaten,

Makassar, Balaraja, Palembang, Bogor, Jember, Medan, Banjarmasin, Jambi, Pekanbaru, Pontianak, Manado, Lombok, Rembang, Karawang dan Batam. Alfamart memiliki 10,666 jaringan minimarket yang terdiri dari minimarket milik sendiri sebanyak 7,596 unit dan minimarket bentuk kerjasama waralaba sebanyak 3,070.

#### **4.1.3.PT.Catur Sentosa Adiprana Tbk (CSAP)**

Catur Sentosa Adiprana Tbk (CSAP) didirikan tanggal 31 Desember 1983 dan memulai kegiatan operasi komersialnya tahun 1983, Kantor pusat CSAP terletak di Jl, Daan Mogot Raya No. 234, Jakarta dan memiliki 37 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CSAP adalah menjalankan usaha di bidang perdagangan barang hasil produksi, terutama bahan bangunan dan barang-barang konsumsi. Saat ini, CSAP bersama anak usahanya menjalankan usaha di bidang distribusi bahan bangunan, distribusi bahan kimia, distribusi *consumer goods* dan toko ritel dengan brand "Mitra10" dan "Atria".

#### **4.1.4.PT.Hero Supermarket Tbk (HERO)**

Hero Supermarket Tbk (HERO) didirikan tanggal 05 Oktober 1971 dan mulai beroperasi secara komersil pada Agustus 1972. Kantor pusat HERO terletak di Graha HERO CBD Bintaro Sektor 7 Blok B7/A7 Pondok Jaya, Pondok Aren, Tangerang Selatan 15224 – Indonesia. Induk usaha HERO adalah Mulgrave Corporation BV. Sedangkan Induk usaha utama HERO adalah Jardine Matheson Holdings Limited melalui The Dairy Farm Company, Limited yang mengendalikan Mulgrave Corporation BV. HERO bergerak di bidang usaha supermarket, hipermarket, minimarket dan bentuk usaha retail lainnya seperti speciality store (apotek, toko obat, kesehatan dan kecantikan dan lain-lain) serta menjalankan usaha dalam bidang perdagangan dan lain-lain. Kegiatan utama HERO adalah bergerak di bidang usaha supermarket, hipermarket, minimarket dan perdagangan retail lainnya. HERO memiliki 641 gerai, yang terdiri dari 33 gerai HERO Supermarket, 337 gerai Guardian, 95 gerai Starmart, 53 gerai Giant Extra, 120 gerai Giant Express, 2 gerai Jason dan 1 Gerai IKEA.

#### **4.1.5.PT.Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI)**

Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) didirikan tanggal 23 Januari 1995 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1995. Kantor pusat MAPI terletak di Sahid Sudirman Center, Lt, 29, Jl, Jend, Sudirman kav, 86, Jakarta 10220 – Indonesia. MAPI meliputi perdagangan, jasa, manufaktur, transportasi, pertanian, kehutanan, perkebunan, perikanan, peternakan dan pertambangan. Kegiatan utama MAPI adalah bergerak di bidang perdagangan eceran, pakaian, sepatu, asesoris, tas dan peralatan olahraga di lebih dari 1,900 toko/outlet yang berlokasi di Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Medan, Makassar, Batam, Manado dan kota-kota lainnya di Indonesia.

Ijin distribusi merek (toko) yang dimiliki oleh MAPI, diantaranya: The Athlete's Foot (toko eceran), Adidas, Nine West, Wilson, Oakley, Asics, Speedo, Kipling, Bandai, Oshkosh B'Gosh, H2O, Next, Airwalk, Rockport, Nautica, Lacoste, Barbie, Diadora, Wallis, Miss Selfridge, Dorothy Perkins, Topman, Topshop, US Kids Golf, Converse, Walt Disney dan Pandora. Adapun ijin distribusi merek (toko) yang dimiliki MAPI melalui anak usaha, antara lain: penjualan retail (Marks & Spencer, Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Pull & Bear, Carter's OshKosh B'gosh, Blanco, Camper, Linea, Payless Shoesource, Stradivarius, Bershka, Spanx, Alpure H2O, Crabtree & Evelyn, Brooks Brothers, Sephora, Penshoppe, Gildan, Camaieu dan Cotton On), departemen store (Sogo, Lotus, Debenhams, Seibu, Alun-alun Indonesia, Galeries Lafayette dan Foodhall), kafe dan restoran (Chatter Box, Starbucks, Pizza Marzano, Burger King, Cold Stone Creamery, Krispy Kreme, Paul Bakery & Resto dan Genki Sushi), toko buku (Kinokuniya Book Store) dan lain-lain (Sunter Mall).

#### **4.1.6. PT.Midi Utama Indonesia Tbk (MIDI)**

Midi Utama Indonesia Tbk (MIDI) didirikan dengan nama PT Midimart Utama 28 Juni 2007 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 2007. Kantor pusat MIDI berlokasi di Jl, M.H, Thamrin No. 9, Cikokol, Tangerang 15117 – Indonesia. Ruang lingkup kegiatan Perusahaan antara lain bergerak dalam bidang perdagangan umum termasuk perdagangan toserba/swalayan dan minimarket. Kegiatan usaha utama MIDI adalah dalam bidang perdagangan eceran untuk produk konsumen dengan mengoperasikan jaringan minimarket bernama Alfamidi, Alfaexpress dan sejak tahun 2011 MIDI mulai mengembangkan jaringan convenience store dengan nama Lawson. Jumlah gerai MIDI

mencapai 1063 gerai, yang terdiri dari 1,023 gerai Alfamidi, 38 gerai Lawson, tidak ada gerai Alfaexpress dan 2 gerai Alfasupermarket. Gerai-gerai tersebut tersebar di beberapa kota besar seperti Jakarta, Tangerang, Bogor, Depok, Bekasi, Surabaya, Malang, Denpasar, Makassar, Medan dan Samarinda.

#### **4.1.7. PT. Matahari Putra Prima Tbk (MPPA)**

Matahari Putra Prima Tbk (MPPA) didirikan 11 Maret 1986 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1986. Kantor pusat MPPA berlokasi di Menara Matahari Lantai 17, Jalan Boulevard Palem Raya No. 7, Lippo Karawaci 1200 – Tangerang 15811, Jawa Barat – Indonesia. Kegiatan usaha utama MPPA jaringan toko serba ada yang menyediakan berbagai macam barang untuk kebutuhan sehari-hari. Saat ini (30/09/2015), MPPA mengoperasikan toko Hypermart, Foodmart dan Boston Health & Beauty di 285 yang berlokasi di Jakarta dan kota-kota lainnya di Indonesia.

#### **4.1.8. PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RALS)**

Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RALS) didirikan 14 Desember 1983 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1983. Kantor pusat Ramayana berlokasi di Jl, K,H, Wahid Hasyim No. 220 A-B, Jakarta 10250 – Indonesia, ruang lingkup kegiatan RALS adalah perdagangan umum yang menjual berbagai macam barang seperti pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik dan produk-produk kebutuhan sehari-hari melalui gerai serba ada Ramayana Supermarket (Department Store). Saat ini (30/09/2015), jumlah gerai yang dioperasikan oleh RALS terdiri dari 116 gerai dengan nama Ramayana (106 gerai), Robinson (7 gerai) dan Cahaya (3 gerai), yang tersebar di wilayah Indonesia. Selain itu, RALS juga menjalin kerjasama dengan Spar International yaitu sebuah jaringan retail dan franchise multinasional Belanda yang memiliki sekitar 12,500 toko di 35 negara di seluruh dunia. Group ini didirikan di Belanda pada 1932 dengan kantor pusatnya di Amsterdam. Nantinya setiap gerai yang merupakan hasil kerjasama dengan Spar akan menggunakan nama SPAR Supermarket.

#### **4.1.9. PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk**

Sona Topas Tourism Industry Tbk (SONA) didirikan tanggal 25 Agustus 1978 dengan nama PT Sona Topas Group dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1980. Pada

tahun 1981 nama perusahaan diubah menjadi PT Sona Topas, kemudian 13 Oktober 1990, nama perusahaan diubah lagi menjadi PT Sona Topas Tourism Industry. Kantor pusat SONA berlokasi di Mayapada Tower 2 Lantai 2, Jl. Jenderal Sudirman Kav.27, Jakarta 12920 – Indonesia. Ruang lingkup kegiatan SONA meliputi bidang usaha biro perjalanan wisata seperti penjualan tiket wisata terutama dalam negeri, pengurusan dokumen, hotel dan perjalanan wisata (tour). Saat ini, pendapatan utama SONA berasal dari anak usaha (PT Inti Dufree Promosindo) yang bergerak sebagai operator bebas bea terbesar di Indonesia dengan Toko bebas bea (Duty free shop) di Bali, Jakarta dan Medan.

#### **4.1.10. PT.Matahari Department Store Tbk (LPPF)**

Matahari Department Store Tbk (LPPF) didirikan tanggal 01 April 1982 dengan nama PT Stephens Utama International Leasing Corp dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1982. Kantor pusat LPPF terletak di Menara Matahari Lantai 15, Jl, Bulevar Palembang Raya No. 7, Lippo Karawaci 1200, Tangerang 15811 – Indonesia. LPPF beberapa kali melakukan perubahan nama, antara lain:

1. PT Stephens Utama International Leasing Corp
2. Pacific Utama Tbk
3. Matahari Department Store Tbk

Pada tahun 2011 Matahari Department Store Tbk / LPPF melakukan penggabungan usaha (Merger) dengan PT Meadow Indonesia. Ruang lingkup kegiatan LPPF bergerak dalam usaha jaringan gerai serba ada yang menyediakan berbagai macam barang seperti pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik, peralatan rumah tangga dan mainan serta jasa konsultan manajemen. Matahari Department Store memiliki 142 gerai yang tersebar di kota-kota besar Indonesia.

## **4.2 Hasil Penelitian**

### **4.2.1 Hasil Perhitungan Variabel Penelitian**

Berikut ini menunjukkan hasil perhitungan dari variabel-variabel dalam penelitian ini.

#### **1. Hasil perhitungan Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah jumlah pendapatan (*revenue*) yang diterima perusahaan keuangan setiap tahunnya. *Revenue* diukur dengan menghitung pendapatan/penjualan

yang diterima perusahaan keuangan di setiap tahunnya. Berikut ini merupakan hasil perhitungan ukuran perusahaan.

**Tabel 4.1 Perhitungan Ukuran Perusahaan**

KODE	Ukuran Perusahaan			
	2017	2018	2019	2020
ACES	29,40	29,59	29,71	29,62
AMRT	17,93	18,02	18,11	18,14
HERO	16,38	16,38	16,32	16,00
CSAP	22,95	23,07	23,16	23,21
LPPF	15,69	15,71	15,70	14,95
MIDI	16,09	16,19	16,27	16,35
MPPA	16,35	16,19	15,97	15,72
RALS	15,38	15,39	15,34	14,54
MAPI	16,51	16,67	16,79	16,46
SONA	27,99	28,21	28,05	25,94
<b>RATA-RATA</b>	<b>19,47</b>	<b>19,54</b>	<b>19,54</b>	<b>19,09</b>

Sumber : Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui nilai rata – rata ukuran perusahaan tertinggi yaitu sebesar 19,54 pada tahun 2019 dan 2020. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan di setiap perusahaan yaitu sebesar 19,54. Nilai ukuran perusahaan terendah yaitu sebesar 14,54 pada perusahaan PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin kecil juga pendapatan yang didapatkan perusahaan tersebut. Nilai ukuran perusahaan tertinggi yaitu sebesar 29,71 pada perusahaan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk tahun 2019. Hal ini menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan, perusahaan lebih mudah dalam memperoleh modal eksternal dan membuat investor tertarik untuk menanamkan sahamnya.

## 2. Hasil perhitungan *profitabilitas*

*Profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. *Profitabilitas* suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara, salah satunya dengan ROA yaitu rasio laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva digunakan

untuk mengukur tingkat hasil pengembalian dari investasi para pemegang saham. Berikut ini merupakan hasil perhitungan *profitabilitas*.

**Tabel 4.2 Perhitungan *profitabilitas***

KODE	ROA(%)			
	2017	2018	2019	2020
ACES	0,176	0,183	0,154	0,101
AMRT	0,012	0,030	0,047	0,042
HERO	-0,026	-0,199	-0,005	-0,251
CSAP	0,017	0,015	0,010	0,008
LPPF	0,351	0,218	0,283	-0,138
MIDI	0,021	0,032	0,041	0,034
MPPA	-0,229	-0,187	-0,145	-0,090
RALS	0,083	0,112	0,115	-0,026
MAPI	0,031	0,064	0,083	-0,033
SONA	0,047	0,099	0,071	-0,154
<b>RATA-RATA</b>	<b>0,048</b>	<b>0,037</b>	<b>0,065</b>	<b>-0,051</b>

Sumber : Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui nilai rata – rata *profitabilitas* tertinggi adalah yaitu pada tahun 2019 yaitu sebesar 0,065 atau 6,5%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata nilai *profitabilitas* disetiap perusahaan yaitu sebesar 0,065 atau 6,5%. Nilai *profitabilitas* terendah yaitu sebesar -0,005 atau -0,5% pada perusahaan PT. Hero Supermarket Tbk tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil *profitabilitas* maka semakin tidak efektifnya perusahaan dalam memanfaatkan aktiva untuk menghasilkan laba bersih. Nilai *profitabilitas* tertinggi yaitu sebesar 0,351 atau 35,1% pada perusahaan PT. Matahari Department Store Tbk tahun 2017. Hal ini menunjukkan *profitabilitas* yang tinggi merupakan suatu keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba serta menunjukkan kinerja perusahaan yang baik.

### 3. Hasil perhitungan *leverage*

*Leverage* adalah kebijakan yang menentukan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibiayai oleh hutang. *Leverage* digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Berikut ini merupakan hasil perhitungan *leverage*.

**Tabel 4.3 Perhitungan *Leverage***

KODE	<i>Leverage</i> (%)			
	2017	2018	2019	2020
ACES	0,262	0,256	0,420	0,388
AMRT	3,172	2,684	2,485	2,401
HERO	0,416	0,591	0,651	1,609
CSAP	2,369	1,981	2,339	2,709
LPPF	1,331	1,774	1,767	9,874
MIDI	4,286	3,589	3,087	3,235
MPPA	3,622	3,184	6,200	23,416
RALS	0,400	0,370	0,355	0,421
MAPI	1,693	1,084	0,891	1,716
SONA	0,792	0,641	0,333	0,214
RATA-RATA	1,834	1,615	1,853	4,598

Sumber : Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui nilai rata – rata *leverage* tertinggi adalah yaitu pada tahun 2020 yaitu sebesar 4,598. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata nilai *leverage* disetiap perusahaan yaitu sebesar 4,598. Nilai *leverage* terendah yaitu sebesar - 0,214 atau 21,4% pada perusahaan PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil *leverage* maka menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan jaminan tentang hutang perusahaan tersebut dapat dijamin oleh modal sendiri. Nilai *leverage* tertinggi yaitu sebesar 23,41% pada perusahaan PT. Matahari Putra Prima Tbk tahun 2020. Hal ini menunjukkan *leverage* yang semakin tinggi, yang dicerminkan oleh DER yang semakin besar pada perolehan laba sebelum bunga dan pajak yang sama akan menghasilkan laba per saham yang lebih besar.

#### **4. Hasil perhitungan *Intellectual Capital Disclosure***

*Intellectual capital disclosure* sebagai aset tidak berwujud dan *intellectual capital disclosure* merupakan bagian dari pengetahuan yang mampu memberikan kontribusi dan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Berikut ini merupakan hasil perhitungan *intellectual capital disclosure*.



**Tabel 4.4 Perhitungan *Intellectual Capital Disclosure***

KODE	<i>Intellectual Capital Disclosure (%)</i>			
	2017	2018	2019	2020
ACES	0,3171	0,3171	0,4634	0,4634
AMRT	0,3415	0,3415	0,3415	0,3415
HERO	0,3415	0,3415	0,3415	0,3659
CSAP	0,1463	0,1707	0,2339	0,2439
LPPF	0,1463	0,1463	0,4634	0,4390
MIDI	0,0976	0,1220	0,2195	0,2195
MPPA	0,1220	0,1220	0,2683	0,2683
RALS	0,1463	0,1463	0,4878	0,4878
MAPI	0,0976	0,0976	0,1007	0,1707
SONA	0,1951	0,1951	0,3171	0,3171
RATA-RATA	0,1951	0,2000	0,3237	0,3317

Sumber : Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui nilai rata – rata ICD tertinggi yaitu pada tahun 2020 yaitu sebesar 0,331. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata nilai ICD disetiap perusahaan yaitu sebesar 0,331 atau 33,1%. Nilai ICD terendah yaitu sebesar 0,097 atau 9,7% pada perusahaan PT. Midi Utama Indonesia Tbk dan PT. Mitra Adiperkasa Tbk tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil ICD maka menunjukkan bahwa perusahaan tersebut belum sepenuhnya memberikan informasi yang detail terhadap investor terkait perusahaannya. Nilai ICD tertinggi yaitu sebesar 0,487 atau 48,7% pada perusahaan PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk tahun 2019 dan 2020. Hal ini menunjukkan ICD yang tinggi, seringkali diyakini bahwa pemberian sinyal tentang atribut ICD, misalnya pengungkapan melalui laporan tahunan, akan menghasilkan beberapa keuntungan bagi perusahaan dan pengungkapan IC akan mengurangi biaya transaksi dan ketidakpastian diantara pihak-pihak terkait.

### **4.3 Analisis Data**

#### **4.3.1 Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif bertujuan menjelaskan deskripsi data dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian. Tabel 4.5 menunjukkan hasil statistik deskriptif

dari variabel-variabel dalam penelitian ini. Informasi mengenai statistik deskriptif tersebut meliputi : Nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Statistik deskriptif untuk variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertera pada tabel 4.5 berikut :

**Tabel 4.5 Hasil Uji Descriptive Statistics**

	<b>Ukuran</b>	<b>Profitabilitas</b>	<b>Leverage</b>	<b>ICD</b>
<b>No. Obs</b>	40	40	40	40
<b>Mean</b>	19,4110	0,02492	2,47520	0,26840
<b>Minimum</b>	14,54	-0,251	0,214	0,098
<b>Maximum</b>	29,71	0,351	23,416	0,488
<b>Stdev</b>	5,15069	0,130124	3,879089	0,125626

Sumber : Data diolah, 2022

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari jumlah 40 sampel perusahaan perusahaan selama periode pengamatan (2017-2020) dapat disimpulkan bahwa pada tabel diatas menunjukkan pada variabel ICD memiliki nilai minimum sebesar 0,098 atau 9,8%. Rendahnya nilai ICD menunjukkan bahwa semakin kecil ICD maka menunjukkan bahwa perusahaan tersebut belum sepenuhnya memberikan informasi yang detail terhadap investor terkait perusahaannya dan nilai maksimum sebesar 0,488 atau 48,8% hal ini menunjukkan ICD yang tinggi, seringkali diyakini bahwa pemberian sinyal tentang atribut ICD, misalnya pengungkapan melalui laporan tahunan, akan menghasilkan beberapa keuntungan bagi perusahaan dan pengungkapan IC akan mengurangi biaya transaksi dan ketidakpastian diantara pihak-pihak terkait. Nilai rata-rata ICD sebesar 0,268 atau 26,8% dan standar deviasi sebesar 0,125 atau 12,5%.

Pada variabel ukuran perusahaan nilai minimum sebesar 14,54. Rendahnya nilai ukuran perusahaan hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin kecil juga pendapatan yang didapatkan perusahaan tersebut. Nilai maksimum sebesar 29,71 hal ini menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan, perusahaan lebih mudah dalam memperoleh modal eksternal dan membuat investor tertarik untuk menanamkan sahamnya. dengan nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 19,41 dan standar deviasi sebesar 5,150.

Pada variabel *profitabilitas* nilai minimum sebesar -0,251 atau -25,1%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil *profitabilitas* maka semakin tidak efektifnya perusahaan dalam memanfaatkan aktiva untuk menghasilkan laba bersih. Nilai tertinggi *profitabilitas* sebesar 0,351 atau 35,1% hal ini menunjukkan *profitabilitas* yang tinggi merupakan suatu keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba serta menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Nilai rata-rata *profitabilitas* sebesar 0,024 atau 2,4% dan standar deviasi sebesar 0,130 atau 13,0%.

Pada variabel *leverage* nilai minimum sebesar 0,214 atau 21,4%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil *leverage* maka menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan jaminan tentang hutang perusahaan tersebut dapat dijamin oleh modal sendiri. Nilai tertinggi sebesar 23,41% hal ini menunjukkan *leverage* yang semakin tinggi, yang dicerminkan oleh DER yang semakin besar pada perolehan laba sebelum bunga dan pajak yang sama akan menghasilkan laba per saham yang lebih besar. Nilai rata-rata *leverage* sebesar 2,475 atau 24,75% dan standar deviasi sebesar 3,879 atau 38,79%.

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi sudah terdistribusi normal atau belum. Uji statistik dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Data**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>	<b>Sig</b>	<b>Kesimpulan</b>
0,659	0,778	Normal

Sumber : Data sekunder diolah, 2022

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Nilai *Kolmogorov-Smirnov* apabila lebih besar dari  $(\alpha) = 0,05$  maka data normal (Ghozali, 2010). Hasil hitung nilai *Kolmogorov-Smirnov* untuk semua variabel mendapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,778 > \alpha 0,05$  (5%), maka data

dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### 4.4.2 Hasil Uji Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Penelitian ini menggunakan Nilai DW (Durbin Watson), Dengan hasil uji sebagai berikut :

**Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi**

Variabel	Durbin-Watson	Dl	Du	Kondisi	Simpulan
RD(X1) Profitabilitas(X2) Leverage (X3)	1,733	1,34	1,66	$dU < DW < (4-dL)$ $1,66 < 1,733 < (4-1,34)$	Tidak ada autokorelasi

Sumber : Data sekunder diolah,2022

Dari hasil output di atas didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,733. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data  $(n) = 40$ , serta  $k = 3$  ( $k$  adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai  $dL$  sebesar 1,34 dan  $dU$  sebesar 1,66 yang berarti dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

#### 4.4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independe). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal variabel. Hasil matriks korelasi antara variabel bebas dan perhitungan nilai tolerance serta *Variance Inflation faktor* (VIF) untuk model regresi adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Ukuran(X <sub>1</sub> )	0,872	1,147	tidak ada multikolinieritas
Profitabilitas(X <sub>2</sub> )	0,851	1,176	tidak ada multikolinieritas
Leverage(X <sub>3</sub> )	0,783	1,276	tidak ada multikolinieritas

Sumber : Data sekunder diolah,2022

Hasil perhitungan Tolerance menunjukkan tidak ada nilai variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen yang nilainya lebih dari 95 persen. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

#### 4.4.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapaun uji ini menggunakan model uji *Glejser* dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan
Ukuran ( $X_1$ )	0,126	0,05	tidak ada heteroskedastisitas
<i>Profitabilitas</i> ( $X_2$ )	0,988	0,05	tidak ada heteroskedastisitas
<i>Leverage</i> ( $X_3$ )	0,573	0,05	tidak ada heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah,2022

Dalam pengujian heteroskedastisitas hasil dari tabel 4.9 menunjukkan dengan jelas bahwa tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat nilai Absolut (AbsRes). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas 5%, jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

## 4.5 Uji Hipotesis

### 4.5.1 Model Regresi Linier Berganda

Pengujian dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda dengan  $\alpha=5\%$ . Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4.10 Hasil Persamaan Analisis Regresi**

	<b>B</b>	<b>Std.Error</b>	<b>t<sub>hitung</sub></b>
Constanta	-2,058	0,510	-4,034
Ukuran(X <sub>1</sub> )	0,036	0,020	1,770
<i>Profitabilitas</i> (X <sub>2</sub> )	0,019	0,129	0,148
<i>Leverage</i> (X <sub>3</sub> )	-0,037	0,111	-0,335
R		0,367	
R Square		0,135	

Sumber : Data diolah,2022

Variabel dependen pada regresi ini adalah pengungkapan *Intelektual capital* (Y), sedangkan variabel independen adalah ukuran perusahaan (X<sub>1</sub>), *profitabilitas* (X<sub>2</sub>), *leverage* (X<sub>3</sub>). Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$Y = a + b_1UP + b_2P + b_3L + e$$

$$Y = -2,058 + 0,036UP + 0,019P - 0,037L + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut yaitu, sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -2,058 artinya jika ukuran perusahaan (X<sub>1</sub>), *profitabilitas* (X<sub>2</sub>), *leverage* (X<sub>3</sub>) bernilai 0, maka pengungkapan *intelektual capital* sebesar 0,284 dengan catatan kondisi lain dianggap tetap (carteris paribus).
2. Nilai koefisien ukuran perusahaan adalah 0,036 artinya setiap penambahan ukuran perusahaan akan meningkatkan pengungkapan *intelektual capital* sebesar 0,036 dengan catatan kondisi lain dianggap tetap (carteris paribus).
3. Nilai koefisien *profitabilitas* adalah 0,019 artinya setiap penambahan *profitabilitas* akan meningkatkan pengungkapan *intelektual capital* sebesar 0,019 dengan catatan kondisi lain dianggap tetap (carteris paribus).

4. Nilai koefisien *leverage* adalah -0,037 artinya setiap penambahan *leverage* akan menurunkan pengungkapan *intelektual capital* sebesar 0,037 dengan catatan kondisi lain dianggap tetap (*carteris paribus*).

#### 4.5.2 Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 4.10 didapat perhitungan pada ukuran perusahaan (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,770 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan dk ( $dk=40-2=38$ ) adalah 1,697 jadi  $t_{hitung} 1,770 > t_{tabel} 1,697$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang bermakna bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *intelektual capital*.

Berdasarkan tabel 4.10 didapat perhitungan pada *profitabilitas* (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 0,148 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan dk ( $dk=40-2=38$ ) adalah 1,697 jadi  $t_{hitung} 0,148 < t_{tabel} 1,697$  dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang bermakna bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *intelektual capital*.

Berdasarkan tabel 4.10 didapat perhitungan pada *leverage* (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar -0,335 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan dk ( $dk=40-2=38$ ) adalah 1,697 jadi  $t_{hitung} 0,335 < t_{tabel} 1,697$  dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang bermakna bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *intelektual capital*.

#### 4.5.3 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,367 artinya tingkat hubungan antara ukuran perusahaan (X1), *profitabilitas* (X2), *leverage* (X3) terhadap pengungkapan *intelektual capital* adalah positif lemah. Koefisien determinan R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0,135 artinya bahwa ukuran perusahaan (X1), *profitabilitas* (X2), *leverage* (X3) untuk menjelaskan variabel pengungkapan *intelektual capital* sebesar 0,135 atau 13,5% sedangkan sisanya sebesar 86,5% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar penelitian ini.

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *intelektual capital*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar 1,770 sedangkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $dk$  ( $dk=40-2=38$ ) adalah 1,697 jadi  $t_{\text{hitung}} 1,770 > t_{\text{tabel}} 1,697$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang bermakna bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *intelektual capital*. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan yang besar akan meningkatkan perhatian dan tekanan dari stakeholder. Perusahaan besar bersedia untuk menganggarkan biaya besar dalam mengungkapkan informasi sukarela yang lebih luas mengenai modal intelektual. Dengan demikian, kebutuhan informasi para stakeholder akan terpenuhi. Perusahaan berukuran besar juga mempunyai sistem informasi yang lebih baik dalam pengumpulan informasi, sehingga perusahaan besar tidak perlu mengeluarkan biaya terlalu banyak dan bisa mengungkapkan lebih luas mengenai modal intelektual perusahaan. Pengungkapan modal intelektual lebih luas merupakan usaha perusahaan dalam pertanggungjawaban publik (Ni Made dan Dewa, 2016).

Teori *stakeholder* dapat mendeskripsikan korelasi positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan modal *intelektual*. Perusahaan besar akan memperoleh perhatian besar dari *stakeholder*, sehingga perusahaan perlu melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas, salah satunya adalah informasi mengenai modal *intelektual*. Hal ini juga diperkuat dengan adanya Survey global yang dilakukan oleh *Price Waterhouse-Coopers* dan Taylor and Associates pada tahun 1998 memperlihatkan bahwa informasi mengenai modal *intelektual* perusahaan berada dalam jenis informasi yang dibutuhkan pengguna. Namun, pada kenyataannya informasi yang diperlukan oleh pengguna, baik investor maupun pihak lainnya, tidak diungkapkan sehingga dapat menyebabkan terjadinya *information gap* (Made dan Dewa, 2016).

Pengungkapan *intellectual capital* sangat penting dilakukan karena salah satu manfaatnya adalah 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. Sedangkan jika perusahaan tidak mengungkapkan *intellectual capital* maka perusahaan tersebut kurang mampu memanfaatkan *asset intelektual* secara efisien. Semakin besar ukuran perusahaan, perusahaan lebih mudah dalam memperoleh modal eksternal dan membuat investor tertarik untuk menanamkan (Sekar dan Nila, 2017). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ni Made dan Dewa (2016) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *intellectual capital*.

#### **4.6.2 Profitabilitas terhadap pengungkapan *intellectual capital***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 0,148 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $dk$  ( $dk=40-2=38$ ) adalah 1,697 jadi  $t_{hitung} 0,148 < t_{tabel} 1,697$  dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang bermakna bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *intellectual capital*. Hal ini dikarenakan perusahaan yang konsisten memiliki *profitabilitas* di setiap tahunnya maka perusahaan telah mempunyai kondisi keuangan yang baik, sehingga perusahaan tidak perlu mengungkapkan modal intelektual yang banyak karena manajemen perusahaan menganggap *stakeholders* sudah memahami kondisi perusahaan yang memang memiliki prospek yang baik dimasa depan (Sariningih dan Saputro, 2020).

Teori *stakeholder* dapat mendeskripsikan korelasi positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan modal *intelektual*. Perusahaan besar akan memperoleh perhatian besar dari *stakeholder*, sehingga perusahaan perlu melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas, salah satunya adalah informasi mengenai modal *intelektual*. Hal ini juga diperkuat dengan adanya Survey global yang dilakukan oleh *Price Waterhouse-Coopers* dan Taylor and Associates pada tahun 1998 memperlihatkan bahwa informasi mengenai modal *intelektual* perusahaan berada dalam jenis informasi yang dibutuhkan pengguna. Namun, pada kenyataannya informasi yang diperlukan oleh pengguna, baik investor maupun pihak lainnya, tidak diungkapkan sehingga dapat menyebabkan terjadinya *information gap* (Made dan Dewa, 2016).

Pengungkapan *intellectual capital* sangat penting dilakukan karena salah satu manfaatnya adalah 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. Sedangkan jika perusahaan tidak mengungkapkan *intellectual capital* maka perusahaan tersebut kurang mampu memanfaatkan *asset intelektual* secara efisien. *Profitabilitas* yang tinggi bukan merupakan salah satu hal yang dijadikan informasi bagi para *stakeholders* bahwa perusahaan telah mengelola modal intelektualnya dengan baik dalam menciptakan nilai jangka panjang perusahaan sehingga tidak mempengaruhi keputusan investasinya. Hal ini dilakukan karena *stakeholders* memiliki hak untuk diberikan informasi tentang bagaimana aktivitas-aktivitas perusahaan mempengaruhi mereka meskipun informasi tersebut tidak mereka gunakan, atau tidak memainkan peranan yang signifikan dalam perusahaan (Purnomosidhi, 2016). Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh Soraya (2019) menyatakan bahwa tingkat *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *intellectual capital*.

#### **4.6.3 Leverage terhadap pengungkapan *intelektual capital***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar  $-0,335$  sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $dk$  ( $dk=40-2=38$ ) adalah  $1,697$  jadi  $t_{hitung} 0,335 < t_{tabel} 1,697$  dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang bermakna bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *intelektual capital*. Hal ini dikarenakan perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap pihak eksternal, tidak mempengaruhi pihak perusahaan dalam mengungkapkan modal intelektualnya (Nurul, 2019).

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang. Semakin tinggi rasio *leverage* maka perusahaan akan menyediakan informasi secara lebih komprehensif. Pada penelitian ini *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intellectual capital disclosure* (ICD), tingkat *leverage* yang tinggi tidak searah dengan modal intelektual yang diungkap. *Leverage* ternyata bukanlah faktor yang mempengaruhi pengungkapan modal intelektual.

Hal ini menunjukkan perusahaan keuangan yang memiliki proporsi hutang yang tinggi dalam struktur modalnya akan berhati-hati dalam melakukan aktivitasnya, maka manajemen tidak optimal dalam mengungkap modal intelektual dalam laporan tahunan agar tidak menjadi sorotan dari para stakeholder. Hal ini diartikan bahwa tingkat *leverage* tidak mampu meningkatkan *intellectual capital disclosure* atau pengungkapan modal intelektual (Ria, 2019).

Teori *stakeholder* dapat mendeskripsikan korelasi positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan modal *intelektual*. Perusahaan besar akan memperoleh perhatian besar dari *stakeholder*, sehingga perusahaan perlu melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas, salah satunya adalah informasi mengenai modal *intelektual*. Hal ini juga diperkuat dengan adanya Survey global yang dilakukan oleh *Price Waterhouse-Coopers* dan Taylor and Associates pada tahun 1998 memperlihatkan bahwa informasi mengenai modal *intelektual* perusahaan berada dalam jenis informasi yang dibutuhkan pengguna. Namun, pada kenyataannya informasi yang diperlukan oleh pengguna, baik investor maupun pihak lainnya, tidak diungkapkan sehingga dapat menyebabkan terjadinya *information gap* (Made dan Dewa,2016).

Pengungkapan *intellectual capital* sangat penting dilakukan karena salah satu manfaatnya adalah 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. Sedangkan jika perusahaan tidak mengungkapkan *intellectual capital* maka perusahaan tersebut kurang mampu memanfaatkan *asset intelektual* secara efisien.*Leverage* ternyata tidak memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat terlihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang. Selain itu, perusahaan yang memiliki proporsi utang yang tinggi dalam struktur modalnya ternyata belum tentu menanggung beban yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang proporsi hutangnya kecil. Untuk mengurangi permasalahan tersebut, manajemen perusahaan ternyata tidak

mengungkapkan lebih banyak informasi yang diharapkan. Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ananda (2018) menjelaskan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *intellectual capital*.