

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kinerja perusahaan merupakan suatu perwujudan atas pencapaian perusahaan dalam pengelolaan bisnisnya dalam kurun waktu tertentu (Lestari, 2017). Kinerja perusahaan ini dapat dinilai dari aspek keuangan dan nonkeuangan. Jika dilihat dari aspek keuangan, pengevaluasian kinerja dapat dilakukan dengan cara analisis laporan keuangan yang menggunakan angka-angka dalam laporan keuangan, seperti laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, laporan perubahan modal, dan laporan arus kas. Angka-angka tersebut dianalisis menggunakan berbagai rasio keuangan, seperti rasio likuiditas, manajemen aset, manajemen utang, profitabilitas, dan nilai pasar (Brigham dan Houston, 2014).

Analisis laporan keuangan umumnya digunakan manajemen untuk mengevaluasi kinerja historis dari sumber daya perusahaan serta digunakan sebagai acuan untuk membuat proyeksi keuangan yang lebih baik di masa depan (Keown et al., 2017). Sementara itu, investor memandang bahwa esensi dari analisis laporan keuangan, yaitu untuk media peramalan masa depan (Brigham dan Houston, 2014). Investor akan menilai apakah perusahaan akan memberikan tingkat pengembalian yang tinggi berdasarkan risiko dan prospeknya di masa depan. Dari berbagai rasio keuangan yang ada, salah satu rasio yang dapat digunakan manajemen untuk melihat bagaimana penilaian investor atas perusahaan adalah rasio nilai pasar.

Fauzan (2020) menyebutkan dalam berita yang dilansir dari Bisnis.com bahwa selama tiga tahun terakhir strategi perusahaan telah berhasil dilakukan oleh Indosat sehingga kinerja keuangan menjadi solid. Kinerja keuangan yang solid ini berupa kenaikan pendapatan Indosat sebesar 12,9%, kenaikan pendapatan seluler sebesar 14,7%, dan EBITDA yang tumbuh sebesar 51,6%. Akibat kenaikan pendapatan tersebut Indosat pada tahun 2019 melaporkan laba bersih sebesar 1.569 miliar rupiah. Selain itu, kenaikan juga dirasakan pada kapitalisasi pasarnya yang bertambah sebesar 6.657 miliar rupiah sejak akhir tahun 2018.

Meningkatnya kinerja keuangan Indosat terjadi karena adanya pertumbuhan sebesar 1,2 juta pelanggan dan average revenue per user yang mengalami kenaikan dari 18,7 ribu rupiah menjadi 27,9 ribu rupiah. Dari fenomena ini dapat dilihat bahwa strategi Indosat untuk mencapai pertumbuhan terfokus pada dilakukannya pengembangan cakupan 4G demi mencapai peningkatan basis pelanggan perusahaan. Kekuatan informasi, kemampuan karyawan dan hubungan kepada pelanggan juga menjadi strategi yang sangat krusial dalam menciptakan kinerja keuangan yang solid, sehingga perusahaan dapat direspon positif oleh investor yang berimbas pada meningkatnya kinerja pasar perusahaan.

Dari fenomena tersebut dapat dilihat bahwa Indosat memanfaatkan modal intelektualnya dalam rangka mencapai kinerja keuangan yang solid, sehingga kapitalisasi pasarnya meningkat. Komponen modal intelektual yang digunakan merupakan salah satu komponen dari *relational capital* yaitu

meningkatkan hubungan dengan pelanggan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.

Modal intelektual dapat diartikan sebagai pengetahuan dan pengalaman yang digunakan untuk menciptakan kekayaan (Nurhayati et al., 2019). Solechan (2017) menjelaskan bahwa modal intelektual ini dilihat sebagai sesuatu hal yang baru dan menjadi gambaran peran penting dalam pengelolaan perusahaan. Istilah modal intelektual sendiri mulai berkembang di Indonesia sejak diterbitkannya PSAK 19 (Revisi 2010) tentang Aset Takberwujud. Pada dasarnya, modal intelektual dipandang sebagai aset takberwujud yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam PSAK 19 ini dijelaskan bahwa pengeluaran sumber daya dan aktivitas yang menimbulkan kewajiban suatu entitas seringkali digunakan untuk memperoleh, mengembangkan, memelihara atau meningkatkan sumber daya tak berwujud, seperti piranti lunak komputer, paten, hak cipta, film, daftar pelanggan, hak pelayanan jaminan, izin penangkapan ikan, kuota impor, waralaba, hubungan dengan pemasok dan pelanggan, loyalitas pelanggan, pangsa pasar, dan hak pemasaran. Namun dari beberapa contoh yang telah disebutkan, tidak seluruhnya dapat diukur dan diakui sebagai aset takberwujud sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh PSAK 19.

Ulum (2017) mengatakan bahwa dengan adanya keterbatasan model pengukuran dan penilaian modal intelektual dari standar akuntansi yang ada, Pulic (1998) menciptakan sebuah model pengukuran yang disebut *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC). Model VAIC ini merupakan salah satu

pengukuran modal intelektual yang paling terkenal dan banyak digunakan oleh para ahli. VAIC mengukur dampak pengelolaan modal intelektual melalui nilai tambah yang dihasilkan dari komponen-komponennya, yaitu *Capital Employed Efficiency* (CEE), *Human Capital Efficiency* (HCE), dan *Structural Capital Efficiency* (SCE) (Solechan, 2017). Kemudian, Ulum et al. (2014) mengembangkan model pengukuran VAIC ini, yang dinamakan dengan MVAIC. Model ini menambahkan satu komponen modal intelektual yaitu *Relational Capital Efficiency* (RCE). Hal ini dilakukan karena pada model VAIC tidak merepresentasikan salah satu komponen modal intelektual, yaitu *relational capital*.

Berdasarkan berita yang dilansir dari Kompas.com, Lei Jun, Chief Executive Officer Xiaomi Corp. menjelaskan alasan mengapa produk yang dihasilkan perusahaannya bisa dijual dengan harga lebih murah dibandingkan dengan kompetitor. Ia mengatakan bahwa harga final produk yang murah didapatkan dengan cara memangkas beberapa aspek seperti, memotong profit dan biaya pemasaran. Selain itu, ia juga menuturkan bahwa biaya produksi dapat ditekan dengan memproduksi gadget dengan jumlah yang besar, sehingga biaya produksinya bisa lebih rendah. Dengan begitu, Xiaomi dapat meraih market share yang tinggi melalui strategi harga produknya yang berbiaya rendah (*cost leadership*).

Bisnis.com (2020) menuturkan bahwa Xiaomi berhasil naik 42 peringkat di Forbes Global 2020 dan salah satu faktor yang mendasari hal tersebut, yaitu kapitalisasi pasarnya. Pada awal IPO, Xiaomi memiliki

kapitalisasi pasar sebesar \$4,7 miliar. Sedangkan pada tahun 2020, Xiaomi mengalami kenaikan kapitalisasi pasar sebesar \$26,8 miliar menjadi \$31,5 miliar. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa Xiaomi sebagai perusahaan yang menerapkan *cost leadership* dapat dipandang dengan baik oleh investor di pasar, sehingga kinerja pasar perusahaan pun meningkat.

Cost leadership merupakan salah satu alternatif strategi bersaing yang bisa diterapkan oleh perusahaan. Strategi bersaing ini berfokus pada lingkungan eksternal perusahaan, yaitu posisi perusahaan relatif dibandingkan dengan kompetitornya di pasar (Kuncoro, 2006). Strategi bersaing sendiri digunakan untuk mempertahankan bisnis dan sebagai upaya mencapai keunggulan kompetitif untuk memenangkan persaingan industri. Strategi bersaing diklasifikasikan menjadi tiga jenis oleh Michal E. Porter (1985), yaitu *cost leadership*, diferensiasi, dan fokus.

Palepu dan Healy (2013) mendefinisikan *cost leadership* sebagai strategi yang berfokus pada pengendalian biaya, sehingga harga produk/jasa yang dihasilkan dapat lebih rendah dibandingkan dengan kompetitornya. Strategi ini menerapkan dasar efisiensi dalam kegiatan bisnisnya. Aktivitas-aktivitas yang kemungkinan menimbulkan biaya akan dipangkas agar biaya operasional dapat ditekan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan yang berhasil menerapkan strategi ini dianggap sebagai produsen berbiaya rendah.

Kontan.co.id (2020) menyebutkan bahwa perusahaan Lippo Karawaci mengalami kinerja positif pada kuartal pertama di tahun 2020. Dijelaskan bahwa kinerja positif tersebut didukung oleh beberapa faktor, seperti adanya pendapatan berulang, pendapatan dari rumah sakit, dan tingginya sektor residensial. Ketiga faktor tersebut merupakan perwujudan dari strategi diversifikasi yang telah dilakukan oleh Lippo Karawaci. Dengan adanya diversifikasi produk di bidang kesehatan dan landed house, kinerja Lippo Karawaci masih bisa tumbuh meskipun di bidang hotel, perkantoran, dan mal mengalami penurunan sebagai dampak dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Fenomena ini menunjukkan bahwa diversifikasi usaha dapat memberikan kontribusi terhadap kinerja suatu perusahaan.

Diversifikasi merupakan salah satu alternatif dalam strategi korporat. Strategi korporat ini berfokus pada pilihan bisnis, pasar, dan aktivitas perusahaan (Kuncoro, 2006). Strategi korporat ini menjadi pengendali perusahaan pada tujuan tertentu, apakah akan berfokus pada pertumbuhan, stabilitas, atau pembaruan. Dalam hal ini strategi diversifikasi merupakan bagian dari strategi pertumbuhan. Diversifikasi didefinisikan sebagai suatu tindakan perluasan usaha pada segmen atau industri lain. Diversifikasi ini dapat dilakukan dari sisi produk maupun geografis. Jika dari sisi produk, perluasan usaha ini dapat dilakukan pada industri lain yang masih berkaitan dengan salah satu aktivitas bisnis perusahaan atau pada industri lain yang tak berkaitan sama sekali. Sementara itu, jika dari sisi geografis perusahaan dapat memperluas usahanya pada daerah atau negara yang berbeda.

Selama beberapa tahun terakhir, penelitian yang membahas mengenai modal intelektual terhadap kinerja perusahaan telah banyak dilakukan. Namun, antara satu peneliti dengan peneliti lainnya masih menunjukkan hasil yang berbeda. Restuti et al. (2019) melakukan penelitian yang menguji pengaruh modal intelektual terhadap kinerja perusahaan yang termasuk dalam *knowledge based industry* di Asia Tenggara. Penelitian ini menggunakan pengukuran *Modified Value-Added Coefficient* (MVAIC) sebagai proksi dari variabel modal intelektual. Hasil pengujian membuktikan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, baik yang diproksikan oleh *return on asset* maupun *market to book value*. Selanjutnya, Hermawan et al. (2019) menguji pengaruh modal intelektual terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar di Indonesia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa modal intelektual terbukti berpengaruh, baik terhadap kinerja keuangan maupun kinerja saham yang masing-masing diproksikan oleh *return on assets* (ROA) dan *market capitalization*.

Lalu, Nurhayati (2017) menguji pengaruh modal intelektual dan masing-masing komponen modal intelektual terhadap kinerja pasar dan kinerja keuangan perusahaan yang masuk dalam indeks LQ-45. Hasilnya membuktikan bahwa modal intelektual yang diukur dengan VAIC berpengaruh terhadap kinerja pasar dan kinerja keuangan. Sementara itu, hasil pengujian dari masing-masing komponen membuktikan bahwa VACA dan VAHU berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA), VACA dan STVA berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ATO), dan hanya

VACA yang berpengaruh terhadap kinerja pasar. Di sisi lain, Andriani & Herlina (2015) dan Nugroho & Gudono (2018) menemukan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan yang diprosikan dengan *price book value* (PBV) dan *price earning ratio* (PER).

Selanjutnya, penelitian yang membahas *cost leadership* pada umumnya lebih banyak terfokus pada kinerja keuangan perusahaan. Valipour et al. (2012) menguji pengaruh strategi *cost leadership*, strategi diferensiasi, dan financial leverage terhadap kinerja perusahaan. Sampel penelitian yang digunakan yaitu perusahaan yang terdaftar di Tehran Stock Exchange selama periode 2003 – 2010 sebanyak 45 perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi *cost leadership* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan.

Ilyas et al. (2018) melakukan penelitian yang membahas pengaruh *cost leadership strategy* terhadap kinerja perusahaan tekstil di Pakistan. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa *cost leadership* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Berbeda dengan dua penelitian sebelumnya, Birjandi et al. (2014) dalam penelitiannya menemukan bahwa *cost leadership strategy* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan return on assets, tetapi di lain sisi *cost leadership strategy* berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *sales growth rate*.

Lalu, penelitian yang membahas pengaruh diversifikasi usaha pada kinerja perusahaan juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti, namun hasilnya masih menunjukkan pertentangan. Mehmood et al. (2019) melakukan penelitian mengenai pengaruh strategi diversifikasi dan struktur keuangan terhadap kinerja perusahaan di Asia Selatan selama periode 2004 – 2017. Kinerja perusahaan dalam penelitian ini diproksikan oleh *return on assets* (ROA), *return on equity* (ROE), dan Tobin's Q. Hasil penelitian menemukan bukti bahwa diversifikasi produk memiliki pengaruh terhadap ketiga proksi kinerja perusahaan. Sementara itu, diversifikasi geografis dalam penelitian ini berpengaruh positif terhadap ROA dan berpengaruh negatif terhadap Tobin's Q.

Penelitian serupa juga telah dilakukan oleh Riswan dan Suyono (2016) yang menguji pengaruh *corporate diversification* dan *family ownership* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 – 2015. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikan ditemukan dalam hubungan *corporate diversification* dan nilai perusahaan yang diukur dengan *excess value*. Namun, pengaruh tersebut memiliki arah yang negatif. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Habiburrochman et al. (2019) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 – 2016 tidak membuktikan bahwa diversifikasi terkait dan diversifikasi tidak takterkait berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Woodcock dan Whiting, (2009) mengklasifikasikan industri menjadi dua jenis yang berbeda, yaitu *high IC intensive industry* (industri padat modal intelektual) dan *low IC intensive industry* (industri tidak padat modal intelektual). *High IC intensive industry* merupakan kelompok industri yang memiliki modal intelektual tinggi dan intensitas pengelolaannya juga tinggi dalam rangka penciptaan nilai perusahaan. Sedangkan *low IC intensive industry* merupakan kelompok industri yang kepemilikan dan intensitas pengelolaan modal intelektualnya rendah dalam proses penciptaan nilai perusahaan (Fakhroni dan Irwansyah, 2017). Pembagian jenis industri ini didasarkan pada klasifikasi industri yang dikembangkan oleh Morgan Stanley Capital International (MSCI) dan Standard and Poor's (S&P), yaitu *Global Industry Classification Standart* (GICS). GICS terdiri dari hierarki empat tingkat dengan total 11 sektor, 24 grup industri, 69 industri, dan 158 subindustri.

Sesuai dengan paparan yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini akan menguji kembali pengaruh modal intelektual, cost leadership, dan diversifikasi terhadap kinerja perusahaan. Objek penelitian ini, yaitu perusahaan yang masuk klasifikasi High IC Intensive Industry berdasarkan Global Industry Classification Standart (GICS) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Maka dari itu, peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Modal Intelektual, Cost Leadership dan Diversifikasi terhadap Kinerja Perusahaan High IC Intensive Industry Nonkeuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini dilihat dari fenomena-fenomena pergerakan harga saham melalui kapitalisasi pasar yang terjadi di pasar. Pergerakan harga saham ini menunjukkan bagaimana investor menilai dan menghargai suatu perusahaan di pasar. Harga saham merupakan salah satu instrumen untuk mengukur kinerja pasar perusahaan. Perusahaan selalu berupaya untuk meningkatkan kinerja pasar agar tujuan perusahaan dapat tercapai, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini, nilai perusahaan dapat direpresentasikan dengan nilai kapitalisasi pasar yang menggambarkan kekayaan pemilik/pemegang saham. Salah satu faktor yang dapat membantu penguatan harga saham, yaitu modal intelektual. Investor cenderung menghargai lebih tinggi perusahaan-perusahaan yang memiliki modal intelektual dan dapat mengelolanya dengan baik, khususnya di kondisi pasar yang sudah serba digital seperti saat ini. Pengetahuan, ide, dan inovasi sangat dibutuhkan agar kelangsungan perusahaan dapat terjaga. Kemudian, *cost leadership* sebagai strategi bersaing yang dipilih perusahaan juga dapat menjadi sentimen positif yang bisa menggerakkan saham ke zona hijau. Dan terakhir, diversifikasi sebagai strategi pertumbuhan perusahaan juga dapat menjadi salah satu faktor untuk menaikkan nilai kapitalisasi pasar melalui penguatan harga saham. Dari rumusan masalah tersebut, beberapa *gap* penelitian yang peneliti temukan dari judul penelitian ini, yaitu penelitian yang menguji pengaruh modal intelektual dan diversifikasi terhadap kinerja pasar perusahaan masih menunjukkan hasil yang berbeda antara satu peneliti dengan

peneliti lainnya dalam beberapa tahun terakhir. Kemudian, penelitian yang membahas pengaruh *cost leadership* lebih banyak terfokus pada kinerja keuangan perusahaan, seperti profitabilitas. Mengacu pada hal tersebut, maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah modal intelektual berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah *cost leadership* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
3. Apakah diversifikasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui pengaruh modal intelektual terhadap kinerja perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *cost leadership* terhadap kinerja perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh diversifikasi terhadap kinerja perusahaan.

D. Kebaruan Penelitian

Penelitian ini mengangkat tentang kinerja perusahaan yang dilihat dari aspek kinerja pasar yang diukur dengan *price to book value* (PBV). PBV ini dapat dilihat sebagai seberapa besar investor menilai perusahaan di pasar dan dapat digunakan sebagai ukuran kinerja masa depan yang penelitiannya masih sedikit dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain. Penelitian ini akan menguji kinerja perusahaan, khususnya PBV, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain pengelolaan modal intelektual, *cost leadership*, dan diversifikasi.

Kemudian, variabel modal intelektual akan diukur menggunakan model VAIC yang telah dimodifikasi oleh Ulum et al. (2014) yaitu *Modified Value Added Intellectual Coefficient* (MVAIC). Lalu untuk subjek penelitiannya, peneliti memilih perusahaan-perusahaan nonkeuangan yang termasuk dalam klasifikasi *High IC Intensive Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2019.

