

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lingkungan bisnis yang kompetitif membuat perusahaan menggunakan cara yang inovatif dalam menjalankan bisnis. Inovasi dibutuhkan perusahaan agar tetap bisa menyesuaikan diri terhadap permintaan lingkungan bisnis yang inovatif dan kompetitif. Untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan, perusahaan perlu mengubah strategi bisnis yang sebelumnya berbasis tenaga kerja (*labor-based business model*) menuju berbasis pengetahuan (*knowledge-based model*) (Naimah & Mukti, 2019). Akibatnya, banyak industri-industri baru yang bermunculan berbasis pengetahuan (*knowledge-based industries*) untuk melengkapi industri berbasis sumber daya fisik yang mendominasi sebelumnya. *Knowledge-based industries* merupakan proses perubahan, pengkapitalisasian, dan pengalihan pengetahuan yang digunakan sebagai sarana untuk memperoleh laba atau penghasilan. Contoh, adanya *software* komputer yang bermunculan saat ini yang dirancang dari ide dan intelektual pembuatnya, hal tersebut membuktikan bahwa modal intelektual menyumbangkan nilai penting dalam industri (Widyaningrum, 2004).

Adanya perubahan zaman, ada pula perubahan pada manusia dalam berinteraksi dan berperilaku, termasuk halnya dengan perilaku konsumsi yang

menyebabkan perubahan pada pola penjualan, promosi, dan konsumsi. Pada saat yang sama, hubungan antara pembeli dan penjual tidak dibatasi ruang dan waktu dalam melakukan transaksi (Subawa & Widhiasthini, 2018). Konsumen menjadi lebih cerdas dan aktif dalam mendapatkan produk atau jasa yang diinginkannya, dan konsumen lebih menyukai hal yang dapat memberikannya kemudahan dan fleksibel sesuai dengan kebutuhan mereka (Shabrina, 2019). Perusahaan yang luput untuk memperhatikan transformasi perilaku konsumen, maka akan kehilangan daya saingnya.

Gojek merupakan salah satu startup dari Indonesia yang paling bernilai yang mendapatkan posisi ke-19 dari 300 startup yang terdapat di seluruh dunia. Gojek mendapatkan dukungan yang cukup banyak dari investor dan perusahaan besar mulai dari Astra International, Temasek Holdings, Tencent Holdings, Sequoia Capital, hingga Google, kurang lebih terdapat 24 investor dan perusahaan besar yang melakukan investasi pada Gojek sampai dengan April 2019. Valuasi gojek saat ini setara Rp142 triliun bernilai 14 kali lipat dibandingkan dengan kapitalisasi pasar Garuda Indonesia yang memiliki valuasi senilai Rp11,07 triliun (Syafina, 2019). Hal ini menunjukkan pentingnya untuk memanfaatkan aset tidak berwujud (*Intangible Asset*) berupa keterampilan, ide, inovasi, pengetahuan dan *brain image* dengan baik dan secara maksimal. Seiring dengan perkembangan teknologi di era revolusi industri 4.0, inovasi, pemanfaatan teknologi dan lebih mengedepankannya kualitas sumber daya manusia merupakan hal-hal yang semakin diutamakan, sebagai contoh saat ini dalam kondisi wabah Covid-19, terdapat penggunaan

robot perawat yang bertugas mengantarkan obat dan makanan untuk pasien Covid-19 untuk mengurangi risiko penularan virus dan membantu mempermudah pekerjaan petugas medis dalam merawat pasien Covid-19 (Prima, 2020).

Termasuk sektor perindustrian dan manufaktur mendapatkan tantangan baru bagi perusahaan untuk dapat melihat peluang baru dengan beradaptasi dengan era yang diwarnai dengan inovasi-inovasi digital (Shabrina, 2019). Perusahaan-perusahaan tersebut akan tetap memiliki daya saing apabila mampu mengembangkan dan memanfaatkan *intellectual capital* yang dimilikinya. Perusahaan manufaktur di Indonesia yang diharapkan dapat berkembang pesat secara internasional. Perusahaan pada sektor ini masih menjadi pilihan para investor dalam menginvestasikan dananya, karena memiliki potensi yang baik. Namun, perusahaan tidak hanya berusaha untuk memanfaatkan *intellectual capital* dengan baik tapi juga harus mengungkapkannya dalam laporan tahunannya sebagai bentuk transparansi informasi kepada *stakeholder*.

Informasi mengenai *intellectual capital* penting untuk penilaian perusahaan yang efisien. *Intellectual capital* mencakup seluruh proses dan aset yang secara normal dan seluruh aset tidak berwujud (hak paten, *brands*, *trademarks*) dalam akuntansi modern yang tidak disajikan pada neraca (Arifah & Chariri, 2020). *Intellectual capital* juga meningkatkan kinerja perusahaan sehingga menciptakan keunggulan yang kompetitif dan

keberlanjutan dalam bisnis, serta menjadi kontributor penting bagi kinerja, pertumbuhan, dan nilai pasar pada perusahaan (Smriti & Das, 2018).

Aset intelektual meningkatkan pengambilan keputusan yang dibuat oleh investor dan membantu manajemen dan dewan menjadi disiplin dengan konsekuensi ekonomi yang positif. Mengingat aset intelektual merupakan informasi non-keuangan, melalui informasi tersebut akan memungkinkan investor untuk menilai perusahaan dengan lebih baik, mengurangi adanya asimetri informasi, mengurangi bias, valuasi yang tidak realistis, dan volatilitas harga saham yang tidak sesuai. Dengan adanya aset intelektual berarti perusahaan dapat dikatakan memiliki kapabilitas yang berguna bagi perusahaan dengan kemampuan manajemen yang dimilikinya dalam penerapan strategi bisnis yang tepat untuk meraih daya saing dan profitabilitas. Hal ini mendorong perusahaan meningkatkan pelaporan dan praktik manajerial pada aset intelektual yang dimiliki, sehingga penilaian investor terhadap perusahaan tersebut juga dapat meningkat (Bismuth & Tojo, 2008).

Akan tetapi, pengungkapan mengenai *intellectual capital* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan *go public* yang terdaftar di BEI masih tergolong rendah. Tahun 2013, rata-rata pengungkapan *intellectual capital* di Indonesia masih rendah dan belum menyeluruh, yaitu sebesar 43,25%. Bahkan pada 25 perbankan komersil yang terdaftar di BEI periode 2012-2014 hanya sebesar 6,7% yang pengungkapannya dikategorikan tinggi (Nurcholisah & Yadiati, 2017). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa

masih kurang pengungkapan *intellectual capital* yang dilakukan perusahaan-perusahaan di Indonesia pada laporan tahunannya (Azis, Habbe, & Pagalung, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan Anggraini (2013) mengungkapkan bahwa perusahaan-perusahaan perbankan yang tercatat di BEI periode 2011, belum menunjukkan adanya penggunaan kerangka sistematis dalam mengungkapkan *intellectual capital*. Laporan tahunan perusahaan perbankan tersebut mempublikasikan informasi *intellectual capital* dalam bentuk yang tidak konsisten.

Woodcock & Whiting (2009) membagi industri yang lebih intensif dalam mengungkapkan informasi *intellectual capital* dalam dua kategori perusahaan yaitu *high-intellectual capital intensive industries* dan *low-intellectual capital intensive industries*. Menurutnya, industri yang intensif dalam *intellectual capital* akan terlibat lebih banyak dalam pengungkapannya daripada industri yang lebih mengutamakan untuk mengandalkan aset fisik untuk mendapatkan laba. Perusahaan yang secara intensif dalam memanfaatkan *intellectual capital* akan menunjukkan dan membanggakan aset tak berwujudnya tersebut ke publik untuk menunjukkan keunggulan yang dimiliki atas pesaing. Berikut dua kategori perusahaan yang intensif terhadap *intellectual capital* yang dimaksud Woodcock & Whiting (2009), sebagai berikut:

Tabel 1.1

Kategori *High* dan *Low Intellectual Capital Intensive Industries*

<i>High-Intellectual Capital Intensive Industries</i>	<i>Low-Intellectual Capital Intensive Industries</i>
---	--

<i>Automobile and components</i>	<i>Commercial services and supplies</i>
<i>Banks</i>	<i>Consumer durables and apparels</i>
<i>Capital Goods</i>	<i>Consumer services</i>
<i>Commercial services and supplies</i>	<i>Energy</i>
<i>Consumer services</i>	<i>Food, beveraged and retailing</i>
<i>Diversified Financials</i>	<i>Materials</i>
<i>Health care equipment and services</i>	<i>Retail</i>
<i>Insurance</i>	<i>Transportation</i>
<i>Media</i>	<i>Utilities</i>
<i>Pharmaceutical, biotechnology, and life science</i>	
<i>Real estate</i>	
<i>Semi conductors and semi conductor equipment</i>	
<i>Software and services</i>	
<i>Technology, hardware and equipment</i>	
<i>Telecommunication services</i>	

Sumber: Woodcock & Whiting (2009)

Pengungkapan *intellectual capital* memberikan dampak yang positif bagi perusahaan, seperti meningkatkan citra dan nilai perusahaan, menarik calon investor, menurunkan biaya modal, mengurangi volatilitas saham, menciptakan pemahaman terhadap produk atau layanan yang disediakan perusahaan, dan meningkatkan hubungan yang dijalin perusahaan dengan *stakeholders* (An, Davey, & Eggleton, 2011). Pengungkapan informasi *intellectual capital* juga sangat membantu pengguna laporan keuangan dan meningkatkan relevansi pelaporan tersebut guna pengambilan keputusan (Yudianti, 2000).

Penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya menyatakan, bahwa pengungkapan *intellectual capital* memiliki dampak positif terhadap

perusahaan. Maka dikembangkan pula penelitian-penelitian lain terkait faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan *intellectual capital* yaitu, komite audit, karakteristik perusahaan dan *firm growth*. Namun masih terdapat kontradiksi pada hasil-hasil penelitian tersebut.

Kewajiban perusahaan publik di Indonesia untuk memiliki komite audit diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55/POJK.04/2015 yang diakses pada www.ojk.go.id tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit (Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, 2015). Terdapat dua variabel yang diteliti oleh peneliti pada komite audit yaitu, ukuran komite audit dan frekuensi rapat yang diadakan komite audit. Ukuran komite audit akan memengaruhi efektivitas komite tersebut. Komite audit yang berfungsi secara efektif akan dapat meningkatkan pengendalian internal perusahaan dan frekuensi rapat menjadi cara agar komite tersebut dapat berfungsi dengan baik dan dapat mengawasi proses pembuatan laporan perusahaan secara efisien (Naimah & Mukti, 2019). Peran komite audit akan efektif jika dapat meningkatkan kualitas pelaporan perusahaan melalui pengungkapan *intellectual capital* sehingga perusahaan mendapatkan perhatian publik (Ahmed Haji, 2015).

Karakteristik perusahaan yang akan dibahas peneliti yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Terdapat penelitian yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *intellectual capital* yang dilakukan perusahaan (Alfraih, 2018; Anam Ousama, Fatima, & Rashid Hafiz-Majdi, 2012;

Suwarti, Mindarti, & Setianingsih, 2016), tetapi terdapat penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian tersebut bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *intellectual capital* (Anna & Rt, 2018; Joson & Susanti, 2017; Naimah & Mukti, 2019).

Profitabilitas menunjukkan memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan *intellectual capital* karena manajer akan secara sukarela untuk mengungkapkan informasi secara terperinci mengenai *intellectual capital* perusahaan ketika profitabilitas perusahaan mengalami peningkatan, karena hal tersebut akan meningkatkan keamanan kerja dan membenarkan tingkat pengeluaran perusahaan. Sebaliknya, perusahaan mungkin mengungkapkan lebih sedikit informasi ketika kinerjanya buruk untuk menyembunyikan alasan adanya penurunan tersebut (Alfrah, 2018). Hal ini bertentangan dengan Naimah & Mukti (2019) yang menemukan profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan yang dilakukan perusahaan mengenai *intellectual capital* karena tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung membatasi akses pada informasi *intellectual capital* untuk mencegah pesaing dalam meniru kreativitas, ide, inovasi, dan membahayakan keunggulan kompetitif perusahaan.

Karakteristik perusahaan lain yaitu *leverage* diteliti oleh Alfrah (2018) yang mana Alfrah (2018) menemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan mengenai *intellectual capital*. Sementara terdapat temuan yang berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Naimah & Mukti (2019) bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif dan

signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual tersebut. Tetapi pada penelitian, Joson & Susanti (2017) dan Anna, Rari, & Rt (2018) menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *intellectual capital*.

Dalam penelitian Alfraih (2018) menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang tinggi akan berupaya untuk mengurangi *agency costs* dan memenuhi kebutuhan informasi, maka pengungkapan yang terperinci juga diperlukan. Sedangkan dalam penelitian Naimah & Mukti (2019) menyatakan perusahaan cenderung menghindari paparan dari pemegang obligasi sehingga *leverage* yang tinggi menunjukkan adanya pengungkapan *intellectual capital* yang rendah. Berbeda dengan penelitian Joson & Susanti (2017) yang menyatakan *leverage* bukan salah satu faktor yang memiliki pengaruh pada pengungkapan *intellectual capital*, karena perusahaan ingin citra, nama baik dan reputasi perusahaan terjaga dengan baik sehingga jika terdapat pengelolaan rasio *leverage* yang tidak optimal, maka tidak banyak diketahui oleh pihak eksternal, khususnya para kreditur.

Ukuran perusahaan yang besar biasanya akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak mengenai *intellectual capital* yang dimilikinya. Semakin besar perusahaan tersebut maka permintaan untuk pengungkapannya juga lebih besar (Naimah & Mukti, 2019). Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan *intellectual capital* (Anam Ousama et al., 2012; Joson & Susanti, 2017; Naimah & Mukti, 2019; Suwarta et al., 2016). Namun,

terdapat kontra dengan penelitian yang dilakukan oleh Asfahani (2017) bahwa pengungkapan *intellectual capital* tidak dapat diukur melalui ukuran perusahaan. Perusahaan besar cenderung mengurangi pengungkapan *intellectual capital* untuk mempertahankan keunggulan yang dimiliki perusahaan sebagai upaya untuk menjaga informasi perusahaan kepada kompetitor.

Perusahaan dengan harga saham yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki tingkat pertumbuhan yang positif. Tingkat pertumbuhan yang positif menandakan perusahaan dapat mengolah kekayaan yang dimilikinya. Pengelolaan kekayaan yang baik bergantung pada modal intelektual yang dimiliki perusahaan yang terdiri dari *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. Maka, perusahaan mengungkapkan *intellectual capital* yang dimilikinya karena keyakinannya bahwa tingkat pertumbuhan positif yang dicapainya akibat *Intellectual Capital* yang dimiliki, hal ini seperti disebutkan dalam penelitian Reditha & Mayangsari (2016). Penelitian tersebut memiliki hasil yang sama dengan penelitian lain yang menyatakan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *intellectual capital* (Author & Purwanto, 2017; Taliyang, Latif, & Mustafa, 2011). Tetapi bertentangan dengan penelitian Joson & Susanti (2017) yang dikarenakan *intellectual capital* merupakan tuntutan *stakeholders* sehingga *stakeholders* tidak akan peduli dengan kondisi perusahaan, maka terdapat beberapa penelitian yang menyatakan bahwa

pertumbuhan baik yang dialami perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *intellectual capital* (Lina, 2013).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *Intellectual Capital* merupakan faktor yang sangat penting bagi kemajuan perusahaan, sedangkan berdasarkan temuan yang ada dalam penelitian Anggraini (2013) dan Azis & Habbe (2019) disebutkan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia masih kurang dalam pengungkapan *intellectual capital* dan masih terdapat kontradiksi pada hasil penelitian mengenai faktor-faktor apa yang memengaruhi pengungkapan *intellectual capital* sehingga membuat peneliti tertarik untuk meneliti hal ini lebih lanjut dengan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Komite Audit, dan *Firm Growth* terhadap *Intellectual Capital Disclosure*”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti menemukan *research gap*, yaitu adanya kontradiksi pada hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran komite audit, dan frekuensi rapat komite audit terhadap *intellectual capital disclosure*. Sedangkan untuk variabel *firm growth*, peneliti melihat masih jarang diteliti, maka peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Intellectual Capital Disclosure*?

2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap *Intellectual Capital Disclosure*?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Intellectual Capital Disclosure*?
4. Apakah Ukuran Komite Audit berpengaruh terhadap *Intellectual Capital Disclosure*?
5. Apakah Frekuensi Rapat Komite Audit berpengaruh terhadap *Intellectual Capital Disclosure*?
6. Apakah *Firm Growth* berpengaruh terhadap *Intellectual Capital Disclosure*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Intellectual Capital Disclosure*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap *Intellectual Capital Disclosure*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap *Intellectual Capital Disclosure*.
4. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Komite Audit terhadap *Intellectual Capital Disclosure*.
5. Untuk mengetahui pengaruh Frekuensi Rapat Komite Audit terhadap *Intellectual Capital Disclosure*.

6. Untuk mengetahui pengaruh *Firm Growth* terhadap *Intellectual Capital Disclosure*.

D. Kebaruan Penelitian

Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya yakni terdapat variabel independen berupa *firm growth* yang belum terlalu banyak digunakan oleh peneliti lain sebagai salah satu variabel independen dalam topik pengungkapan *intellectual capital* dan memperluas populasi yang dijadikan sumber data penelitian yang sebelumnya perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2014 menjadi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.