

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Sektor ekonomi Indonesia untuk saat ini berkembang sangat pesat. Salah satunya adalah Perusahaan manufaktur sub sektor rokok yang bergerak dibidang industri rokok. Apabila dilihat dari perspektif yang lebih luas, industry rokok memiliki peran yang cukup penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Perkembangan industri rokok pada tahun tahun terakhir ini terutama di Indonesia secara umum justru terus berkembang. Meskipun di Indonesia rokok termasuk salah satu komoditi yang dilematis. Yang mana di satu sisi dianggap dapat mengganggu Kesehatan bagi pengkonsumsinya, namun disisi lain rokok termasuk salah satu penyumbang terbesar pendapatan negara Indonesia.

Industri rokok merupakan salah satu industri yang memiliki peranan yang relatif besar terhadap pendapatan negara. Hal tersebut dapat dilihat melalui meningkatnya konsumen perokok dewasa di Indonesia seiring dengan pelonggaran pembatasan pandemi covid-19. Hal tersebut tercermin dalam volume penjualan rokok sepanjang 2022 yang menembus 86,8 miliar batang dari tahun sebelumnya yang sebesar 82,8 miliar batang pada Perusahaan PT HM Sampoerna Tbk (HMSP).

Volume penjualan HMSP yang sebesar 4,8% tersebut sejalan dengan naiknya jumlah rokok yang dijual di pasar Indonesia. Adapun total pasar rokok Indonesia pada tahun 2022 menembus 309,6 miliar batang, atau naik sebesar 4,5% secara tahunan dibandingkan pada tahun 2021 yang berada pada angka 296,2 miliar batang.(Binekasri, 2023).



Sumber : BPS

Gambar 1 rata Rata Pengeluaran Rokok

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, rata-rata pengeluaran per kapita untuk rokok di Indonesia sebesar Rp 82.183 dalam sebulan pada 2022. Nilai tersebut naik 7,3% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp 76.583 per bulan. (Rizaty, 2023). Capaian tersebut menjadi nilai tambah bagi perusahaan dan hal tersebut tidak luput dari beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya yaitu baiknya tatanan tata kelola perusahaan atau yang sering disebut dengan corporate governance.

Tata Kelola Perusahaan atau Corporate Governance merupakan suatu sistem yang dirancang untuk mengarahkan pengelolaan perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independen, kewajaran dan kesetaraan. BEI sebagai fasilitator dan regulator pasar modal di Indonesia memiliki komitmen untuk menjadi Bursa Efek yang sehat dan berdaya saing global (Idx n.d.). Corporate governance merupakan suatu mekanisme yang digunakan untuk memastikan bahwa supplier keuangan dari perusahaan memperoleh pengembalian dari kegiatan yang dijalankan oleh manajer, atau dengan kata lain bagaimana supplier keuangan perusahaan melakukan kontrol terhadap manajer (Suhadi 2014). Dalam teori keagenan dibahas tentang penerapan tata kelola perusahaan yang baik bagi perusahaan agar dapat mengontrol tindakan agen dalam perusahaan. Unsur lain dalam teori keagenan adalah adanya asimetri informasi antara dua pihak yang berkepentingan. Hubungan keagenan menunjukkan adanya hubungan kontraktual antara pemilik dan agen yang bekerja untuk kepentingan masing-masing (Linggahua, Nuzula, and Sugiastuti 2023). Corporate governance merupakan sistem yang melingkupi kebijakan, proses, aturan, pengawasan dan kontrol terhadap segala aktivitas bisnis secara objektif, termasuk pengelolaan sumber daya unggul (Man and Wong 2013).

Corporate Governance atau tata kelola perusahaan di era sekarang sudah menjadi keharusan dalam dunia bisnis. *Corporate Governance* di Indonesia mulai ramai dibicarakan ketika muncul di era reformasi, dimana pada waktu itu krisis melanda Indonesia salah satunya diakibatkan minimnya penerapan

Corporate Governance (Suhadi 2014). Minimnya kesadaran akan pentingnya *Corporate Governance* yakni berakibat pada kebangkrutan yang disebabkan oleh penyalahgunaan kekuasaan oleh manajer. Maka dari itu perusahaan yang memiliki *Corporate Governance* yang baik maka akan menjadi daya saing pada perusahaan lain dan menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Selain baiknya tatanan *Corporate Governance* yang menjadi faktor peningkatan nilai perusahaan, mengoptimalkan pemanfaatan *Intellectual capital* juga merupakan faktor yang mempengaruhi meningkatnya nilai perusahaan.

Intellectual Capital merupakan aset yang tidak berwujud perusahaan yang berupa pengetahuan, informasi, pengalaman yang dimiliki oleh manusia, sumber daya dan organisasi perusahaan. *Intellectual capital* sangat penting bagi perusahaan khususnya perusahaan yang memiliki saham yang likuid, Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas dan, perusahaan yang memiliki nilai kapitalisasi pasar yang besar, serta perusahaan yang memiliki kinerja yang baik memiliki ketertarikan tersendiri bagi para investor (Juwita et al. 2016).

Intellectual Capital sendiri dikelompokkan menjadi tiga elemen yaitu *capital employed*, *human capital* dan *structural capital*. Ketiga elemen tersebut berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan dan merupakan suatu keunggulan bagi perusahaan (Muasiri and Sulistyowati 2021). *Intellectual Capital* juga berkembang menjadi sumber andalan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari didirikannya sebuah perusahaan, yang mana nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya (Wicaksana 2016). Nilai perusahaan menjadi aspek esensial bagi perusahaan untuk membangun citra yang baik di tengah meningkatnya keterbukaan dalam berbisnis. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki yang tercermin dari harga saham perusahaan di pasar modal. Pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena menjadi sarana untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal atau investor (Muasiri and Sulistyowati 2021). Tingginya nilai perusahaan juga disebabkan karena baiknya daya saing. *Competitive advantage* mencerminkan sumber daya unggul perusahaan untuk mampu bertahan dalam persaingan dan mencapai tujuan strategisnya.

Competitive Advantage *Competitive advantage* merupakan kemampuan perusahaan dalam bersaing. Menurut Crown Dirgantoro (2001) daya saing merupakan perkembangan dari perusahaan dalam menciptakan nilai yang membelinya. Sedangkan menurut Agustinus Sri Wahyadi memberikan pengertian pada *Competitive Advantage* adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. *Competitive Advantage* merupakan sebuah kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai dari pengelolaan sumber daya manusia (Libyanita and Wahidahwati 2016). *Competitive Advantage* juga digunakan sebagai strategi

perusahaan dalam menciptakan inovasi baru yang berbeda dengan kompetitor untuk memenangkan persaingan dan pasar.

Beberapa penelitian terdahulu terkait *Corporate Governance* dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Dewi Agustina Stie (2017) dan Anisa Hedyanti Muasiri dan Erna Sulistyowati (2021) yang meneliti tentang *Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa *Corporate Governance* terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati (2017) yang meneliti tentang *Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa *Corporate Governance* terbukti tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu mengenai *Intellectual Capital* juga menemukan berbagai pendapat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anisa Hedyanti Muasiri dan Erna Sulistyowati (2021) dan Ahmad Tirmizi dan Magda Siahaan (2022) yang meneliti tentang *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan, menunjukkan hasil bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Claudia Rere Margaretha and Khusnul Prasetyo (2020) yang meneliti tentang *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan, menunjukkan hasil bahwa *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya ketidakkonsistenan atau perbedaan dari hasil penelitian, maka dari itu Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

”Pengaruh Corporate Governance Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Competitive Advantage Sebagai Variabel Moderasi.”

1.2. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi masalah pokok dalam penulisan ini, yaitu :

1. Apakah *Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan *Competitive Advantage* sebagai variabel moderasi?
4. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan *Competitive Advantage* sebagai variabel moderasi?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai Pengaruh *Corporate Governance* Dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan *Competitive Advantage* Sebagai Variabel Intervening. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel corporate governance terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel intellectual capital terhadap nilai perusahaan.

3. Untuk mengetahui pengaruh corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan competitive advantage sebagai variabel moderasi.
4. Untuk mengetahui intellectual capital terhadap nilai perusahaan dengan competitive advantage sebagai variabel moderasi.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis
 - a. Dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama dibangku kuliah dalam dunia kerja yang sebenarnya.
 - b. Sebagai ajang membandingkan praktik secara nyata di dunia usaha dengan materi yang telah di pelajari di Perguruan Tinggi.
2. Bagi perusahaan
 - a. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi yang berharga bagi perusahaan terutama dalam hal hal yang mempengaruhi nilai perusahaan
 - b. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai hal hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan
 - c. Perusahaan dapat mengambil langkah perbaikan untuk bagian bagian atau program perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan
3. Bagi pembaca
 - a. Dengan penelitian diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan terhadap pembaca mengenai nilai perusahaan

- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi semua pihak yang membutuhkannya
- c. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian atau referensi bagi pembaca, dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian untuk penelitian selanjutnya.