

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha baik lokal maupun internasional semakin pesat, persaingan pada perusahaan-perusahaan bukan lagi terjadi pada salah satu sektor usaha melainkan telah menjadi persaingan global. Persaingan ini terjadi sebagai dampak adanya globalisasi dan revolusi industri 4.0 yang menerapkan teknologi modern pada dunia industri. Dinamika globalisasi yang berubah dengan cepat dan persaingan pasar yang semakin ketat mengakibatkan perusahaan-perusahaan di seluruh dunia menghadapi berbagai tantangan dan peluang-peluang baru.

Salah satunya investasi di pasar modal, dalam perkembangan suatu negara, keterlibatan masyarakat atau publik dalam pasar modal adalah dengan cara membeli saham yang ditawarkan dalam pasar modal. Bagi seorang investor, investasi dalam sekuritas yang dipilih tentu diharapkan memberikan tingkat pengembalian (*return*) yang sesuai dengan resiko yang harus ditanggung oleh para investor. Bagi para investor, tingkat *return* ini menjadi faktor utama dalam berinvestasi karena *return* adalah hasil yang diperoleh dari suatu investasi. Nilai *return* dari setiap sekuritas berbeda-beda satu sama lainnya.

Harga saham perusahaan pun bersaing di pasar modal, hal ini yang menyebabkan harga saham di satu perusahaan akan mengalami fluktuatif, tidak akan terus naik ataupun terus menurun. Oleh sebab itu angka fluktuatif harga saham akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi para investor dalam menginvestasikan modalnya.

Jika harga saham mengalami penurunan, maka kinerja perusahaan dinilai buruk dan permintaan akan pembelian saham pun akan menurun. Sebaliknya, jika harga saham meningkat, maka kinerja perusahaan dinilai baik dan permintaan pembelian saham akan meningkat (Arifin dan Agustami, 2016:1191). Menurut Prima *et al* (2018) nilai perusahaan merupakan salah satu tolak ukur yang digunakan oleh para investor untuk menilai tingkat keberhasilan pada suatu perusahaan. Dalam mengukur nilai saham, salah satunya dapat dilihat dari harga saham pada perusahaan itu sendiri, dimana semakin tinggi harga saham pada perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Menurut Budianto *et al* (2018) pemilik perusahaan sudah pasti menginginkan nilai perusahaannya menjadi tinggi, hal ini dikarenakan semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi tingkat kemakmuran para pemegang saham perusahaan tersebut.

Laporan keuangan merupakan media informasi yang mencatat, merangkum, segala aktivitas perusahaan dan digunakan untuk melaporkan keadaan dan posisi perusahaan pada pihak yang berkepentingan, terutama pada pihak kreditur, investor, dan manajemen perusahaan itu sendiri. Untuk menggali lebih banyak lagi informasi yang terkandung dalam suatu laporan keuangan diperlukan suatu analisis laporan keuangan. Apabila suatu informasi disajikan dengan benar, informasi tersebut sangat berguna bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan dan untuk mengetahui kinerja perusahaan.

Pada mulanya paradigma akuntansi menganggap laporan keuangan memiliki fungsi pertanggungjawaban kepada pemilik. Namun saat ini paradigma akuntansi baru menunjukkan bahwa laporan keuangan memiliki fungsi

pengambilan keputusan bagi pemegang saham. Keterbatasan pelaporan keuangan pada akuntansi tradisional dalam menjelaskan nilai perusahaan menunjukkan bahwa sumber ekonomi tidak berupa aset fisik melainkan aset tak berwujud yakni *intellectual capital* atau modal intelektual yang mengandung unsur pemikiran yang dimiliki oleh karyawan (Faza dan Hidayah, 2014).

Peranan modal semakin strategis, bahkan akhir-akhir ini memiliki peran kunci dalam upaya melakukan lompatan peningkatan nilai diberbagai perusahaan. Hal ini disebabkan adanya kesadaran bahwa modal merupakan landasan bagi perusahaan untuk unggul dan bertumbuh. Kesadaran ini antar lain ditandai dengan semakin seringnya istilah perusahaan berbasis pengetahuan yang muncul dalam wacana bisnis. Istilah tersebut ditujukan kepada perusahaan yang lebih mengandalkan pengelolaan modal sebagai sumber daya pertumbuhan jangka panjangnya.

Fenomena terkait modal intelektual di Indonesia telah berkembang setelah ditetapkannya PSAK No. 19 (revisi 2015). Menurut PSAK No. 19 (revisi 2015), aset tidak berwujud merupakan aset tidak lancar dan tidak berbentuk yang memberikan hak keekonomian dan hukum kepada pemiliknya dan dalam laporan keuangan tidak dicakup secara terpisah dalam klasifikasi aset yang lain.

Faktor pertama yang diindikasikan mempengaruhi nilai perusahaan yaitu modal intelektual. Menurut Yustyarani dan Yuliana (2020) modal intelektual merupakan salah satu cara pendekatan yang dilakukan perusahaan dalam proses pengukuran dan penilaian aset tak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan. Modal intelektual pada dasarnya dianggap memiliki peran yang dapat

meningkatkan nilai perusahaan maupun kinerja keuangan perusahaan. Dalam hal ini, tingginya modal intelektual yang dimiliki oleh perusahaan dianggap menunjukkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan modalnya sehingga dapat menghasilkan *value added* bagi perusahaan. Pemanfaatan modal intelektual secara efisien dianggap dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Fakta bahwa modal intelektual merupakan salah satu sumber daya perusahaan yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan melahirkan gagasan bahwa pemanfaatan modal intelektual dapat meningkatkan kinerja organisasi bisnis. Sejak saat itu, semakin banyak peneliti maupun manajemen perusahaan yang memperhatikan keberadaan modal intelektual.

Meningkatnya fenomena modal intelektual menyebabkan metode pengukuran terhadap modal intelektual menjadi topik penting, mengingat potensi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung atas pengelolaan aset modal intelektual perusahaan. Banyak penelitian dilakukan untuk menemukan metode yang tepat untuk mengukur modal intelektual perusahaan, salah satunya adalah model *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC) yang dikembangkan oleh Ante Pulic pada tahun 1998.

Komponen utama dari VAIC yang dikembangkan Pulic (1998) tersebut dapat dilihat dari sumber daya perusahaan, yaitu *physical capital value added capital employed* -VACA, *human capital value added human capital* -VAHU dan *structural capital value added structural capital* - STVA. Menurut Pulic (1998), tujuan utama dalam ekonomi yang berbasis pengetahuan adalah untuk menciptakan *value added*, sedangkan untuk dapat menciptakan *value added*

dibutuhkan ukuran yang tepat tentang physical capital yaitu dana-dana keuangan dan intellectual potential direpresentasikan oleh karyawan dengan segala potensi dan kemampuan yang melekat pada mereka. Salah satu keunggulan metode Pulic adalah karena data yang dibutuhkan relatif mudah diperoleh dari berbagai sumber dan jenis perusahaan. Data yang dibutuhkan untuk menghitung berbagai rasio tersebut adalah angka-angka keuangan yang standar yang umumnya tersedia dari laporan keuangan perusahaan.

Faktor kedua yang diindikasikan mempengaruhi nilai perusahaan merupakan profitabilitas. Seperti yang disampaikan oleh Yustyarani dan Yuliana (2020) dalam operasionalnya beberapa perusahaan memiliki strategi untuk meningkatkan rasio profitabilitas yang dimilikinya diantaranya yaitu mengoptimalkan sumber daya yang dimilikinya baik melalui kegiatan operasional maupun investasi yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan. Alat ukur yang digunakan dalam menghitung profitabilitas yaitu *Return Of Asset* (ROA). ROA merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan menghasilkan laba dari suatu perusahaan.

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012:91) “Rasio pasar (*Market Ratio*) atau rasio saham adalah rasio yang digunakan untuk mengukur nilai saham. Rasio pasar antara lain *Earning Per Share* (EPS), *Price to Book Value* (PBV), *Dividen Payout Ratio*, *Dividen Yield Ratio* dan *Price Earning Ratio* (PER). Dalam penelitian ini rasio pasar yang digunakan adalah *Price to Book Value* (PBV).

Rasio harga saham terhadap nilai buku dikenal dengan istilah *Price to Book Value* (PBV). Rasio ini ditentukan dengan membagi total ekuitas saham biasa

dengan jumlah saham beredar. Apabila nilai PBV lebih dari satu, yaitu ketika nilai pasar melebihi nilai buku usaha, maka rasio PBV menunjukkan nilai perusahaan baik. (Brigham dan Houston, 2010:68).

Sektor industri *Consumer Goods* telah lama dianggap sebagai salah satu faktor pendorong pergerakan ekonomi hampir di seluruh negara. *Consumer Goods* tersebut merupakan produk-produk yang berisi kebutuhan sehari-hari yang bersifat habis pakai dan akan dicari lagi untuk dikonsumsi kembali berulang kali oleh konsumen. Untuk memenuhi pangsa pasar di Indonesia, brand-brand dari produk *Consumer goods* berlomba-lomba meningkatkan eksistensi dengan menjangkau ranah digital. Pada pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup besar bagi semua sektor khususnya pada sektor ekonomi. Sektor *Consumer goods* terkena dampak Covid-19 meskipun sektor ini sangat dibutuhkan masyarakat, tetap ada penurunan konsumsi pada kuartal pertama pada tahun 2020. pada produk konsumsi rumah tangga yang telah mengalami penurunan dari 5,02% hingga menjadi 2,84% selama kuartal pertama (Q1). Dari angka tersebut, 44% di antaranya adalah kontribusi dari produk makanan dan minuman. Kemudian pada akhir tahun 2020 perkembangan industri makanan dan minuman mencapai 7,97% dengan artian dalam konsisi pandemi masyarakat tetap mencari kebutuhan produk *consumer goods* (Hilman dan Laturette 2021) .

Penulis memilih untuk melakukan penelitian pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan jumlah populasi terdaftar sebanyak 57 perusahaan. Sedangkan untuk memilih sampel dengan metode *purposive sampling*, dimana teknik ini menggunakan pertimbangan tertentu dari 57

perusahaan diperoleh sampel sebanyak 15 (Lima belas) perusahaan, Adapun perusahaan tersebut ialah PT. Akasha Wira Internasional Tbk (ADES), PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. (CEKA), PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA), PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk, Tbk (DVLA), PT. Gudang Garam Tbk (GGRM), PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF), PT. Kalbe Farma Tbk. (KLBF), PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. (ROTI) PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido (SIDO), PT. Sekar Laut Tbk. (SKLT), PT. Siantar Top Tbk. (STTP), PT. Tempo Scan Pacific Tbk, (TSPC). Data yang diolah dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022, menggunakan modal intelektual, profitabilitas dan nilai perusahaan sebagai berikut ini:

Tabel 1.1
Perkembangan *Value Added of Capital Employed* pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022
(Dalam Kali)

No	Kode Emiten	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	ADES	0,48	0,43	0,39	0,33	0,25	0,38
2	CEKA	0,32	0,38	0,15	0,02	0,04	0,18
3	DLTA	0,27	0,26	0,30	0,37	0,25	0,29
4	DVLA	0,22	0,30	0,25	0,54	0,21	0,30
5	GGRM	0,22	0,16	0,37	0,07	0,14	0,19
6	ICBP	0,28	0,36	0,24	0,27	0,24	0,28
7	INDF	0,24	0,34	0,25	0,25	0,21	0,26
8	KLBF	0,59	0,27	0,34	0,23	0,17	0,32
9	ROTI	0,30	0,35	0,31	0,43	0,45	0,37
10	SIDO	0,34	0,31	0,34	0,35	0,34	0,34
11	SKLT	0,47	0,55	0,64	0,52	0,35	0,51
12	STTP	0,50	0,70	0,73	0,45	0,41	0,56
13	TSPC	0,24	0,31	0,28	0,22	0,18	0,25
14	ULTJ	0,15	0,20	0,26	0,27	0,09	0,19
15	UNVR	1,19	0,83	0,84	0,75	0,86	0,89
Rata-Rata		0,39	0,38	0,38	0,34	0,28	0,35
Perkembangan%		-	(2,56)	0,00	(10,53)	(17,65)	(7,68)

Sumber : Data Diolah Lampiran I

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, perkembangan *Value Added of Capital Employed* pada 15 perusahaan *consumer goods* selama 5 tahun terakhir cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Perkembangan rata-rata terendah terjadi pada tahun 2022 yaitu menurun sebesar 17,65 kali. Sedangkan perkembangan rata-rata tertinggi terjadi pada tahun 2019 dengan nilai 2,56 kali.

Value added human capital (VAHU) merupakan Hubungan dari *VA* dan *HC* menunjukkan berapa banyak *VA* dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. *VAHU* mengindikasikan kemampuan dari *HC* untuk menciptakan nilai dalam perusahaan. Berikut ini pada tabel 1.2 perkembangan *Value Added Human Capital* pada sektor *consumer goods* sebagai berikut:

Tabel 1.2
Perkembangan *Value Added Human Capital* pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022 (Dalam Kali)

No	Kode Emiten	Tahun					Rata – Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	ADES	2,34	2,93	3,52	4,17	3,62	3,32
2	CEKA	4,86	8,69	3,10	0,35	1,16	3,63
3	DLTA	4,34	3,32	3,43	4,12	2,74	3,59
4	DVLA	0,96	1,47	1,13	1,18	0,81	1,11
5	GGRM	3,40	2,76	6,59	1,11	2,17	3,21
6	ICBP	1,94	2,73	3,01	3,05	2,55	2,66
7	INDF	1,81	2,58	2,76	2,55	2,44	2,43
8	KLBF	4,03	1,92	2,46	1,99	1,46	2,37
9	ROTI	1,48	1,67	1,60	1,91	2,06	1,74
10	SIDO	3,33	3,30	3,84	3,72	3,48	3,53
11	SKLT	1,09	1,28	1,53	1,65	1,07	1,32
12	STTP	2,60	3,34	4,97	3,44	3,24	3,52
13	TSPC	1,36	1,78	1,98	1,66	1,48	1,65
14	ULTJ	3,23	4,91	5,02	5,60	1,78	4,11
15	UNVR	12,32	6,52	5,61	4,57	4,57	6,72
Rata-Rata		3,27	3,28	3,37	2,74	2,31	2,99
Perkembangan%			0,31	2,74	(18,69)	(15,69)	(7,83)

Sumber : Data Diolah Lampiran I

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, perkembangan *Value Added Human Capital* pada 15 perusahaan *consumer goods* selama 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi

dari tahun ke tahun. Perkembangan rata-rata terendah terjadi pada tahun 2021 yaitu menurun sebesar 18,69 kali. Sedangkan perkembangan rata-rata tertinggi terjadi pada tahun 2020 dengan nilai 2,74 kali.

Structural capital coefficient menunjukkan keterlibatan structural capital (SC) dalam penciptaan nilai. STVA merupakan rasio dari SC terhadap VA. Rasio ini mengukur jumlah SC yang diperlukan untuk menghasilkan satu rupiah dari VA dan merupakan suatu penanda bagi keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. Berikut ini pada tabel 1.3 perkembangan *Structural Capital Value Added* pada sektor *consumer goods* sebagai berikut:

Tabel 1.3
Perkembangan *Structural Capital Value Added* pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022 (Dalam Kali)

No	Kode Emiten	Tahun					Rata – Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	ADES	0,44	0,66	0,72	0,76	0,74	0,66
2	CEKA	0,79	0,88	0,68	1,87	0,14	0,87
3	DLTA	0,77	0,74	0,71	0,76	0,64	0,72
4	DVLA	0,05	0,32	0,12	0,53	0,23	0,25
5	GGRM	0,71	0,64	0,85	0,10	0,54	0,57
6	ICBP	0,48	0,63	0,67	0,67	0,61	0,61
7	INDF	0,45	0,61	0,64	0,61	0,59	0,58
8	KLBF	0,75	0,48	0,59	0,49	0,32	0,53
9	ROTI	0,32	0,40	0,36	0,48	0,51	0,41
10	SIDO	0,70	0,70	0,74	0,73	0,71	0,72
11	SKLT	0,08	0,22	0,35	0,40	0,06	0,22
12	STTP	0,62	0,70	0,80	0,71	0,69	0,70
13	TSPC	0,27	0,45	0,50	0,40	0,32	0,39
14	ULTJ	0,69	0,80	0,80	0,82	0,44	0,71
15	UNVR	0,92	0,85	0,82	0,78	0,78	0,83
Rata-Rata		0,54	0,61	0,62	0,67	0,49	0,59
Perkembangan%		-	12,96	1,64	8,06	(26,87)	(1,05)

Sumber : Data Diolah Lampiran I

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, perkembangan *Structural Capital Value Added* pada 15 perusahaan *consumer goods* selama 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Perkembangan rata-rata terendah terjadi pada tahun 2022

yaitu menurun sebesar 27,87 kali. Sedangkan perkembangan rata-rata tertinggi terjadi pada tahun 2019 dengan nilai 12,96 kali.

Penyajian *Value Added Intellectual Capital Coefficient* merupakan gabungan dari ketiga koefisien yaitu *capital employed*, *human capital* dan *structural capital*. Berikut ini pada tabel 1.4 perkembangan *Intellectual Capital* pada sektor *consumer goods* sebagai berikut:

Tabel 1.4
Perkembangan *Intellectual Capital* pada Sektor *Consumer Goods*
Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022
(Dalam Kali)

No	Kode Emiten	Tahun					Rata – Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	ADES	3,26	4,02	4,67	5,26	4,61	4,36
2	CEKA	5,97	9,95	3,93	2,24	1,34	4,69
3	DLTA	5,38	4,32	4,44	5,25	3,63	4,60
4	DVLA	1,23	2,09	1,91	2,25	1,25	1,75
5	GGRM	4,33	3,56	7,81	1,28	2,85	3,97
6	ICBP	2,70	3,72	3,92	3,99	3,40	3,55
7	INDF	2,50	3,53	3,65	3,41	3,24	3,27
8	KLBF	5,37	2,67	3,39	2,71	1,95	3,22
9	ROTI	2,10	2,23	2,27	2,39	3,02	2,40
10	SIDO	4,37	4,31	4,92	4,80	4,53	4,59
11	SKLT	1,64	2,05	2,52	2,57	1,48	2,05
12	STTP	3,72	4,74	6,50	4,60	4,34	4,78
13	TSPC	1,87	2,54	2,76	2,28	1,98	2,29
14	ULTJ	4,07	5,91	6,08	6,69	2,31	5,01
15	UNVR	14,43	8,20	7,27	6,10	6,21	8,44
Rata-Rata		4,20	4,26	4,40	3,72	3,08	3,93
Perkembangan%		-	1,43	3,29	(15,45)	(17,20)	(6,99)

Sumber : Data Diolah Lampiran I

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, perkembangan *Intellectual Capital* pada 15 perusahaan *consumer goods* selama 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Perkembangan rata-rata terendah terjadi pada tahun 2022 yaitu menurun sebesar 17,20 kali. Sedangkan perkembangan rata-rata tertinggi terjadi pada tahun 2020 dengan nilai 3,29 kali.

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (profit). Laba inilah yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan, apakah dividen tunai ataupun dividen saham, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka secara otomatis juga mempunyai nilai perusahaan yang sangat baik. Berikut ini pada tabel 1.5 perkembangan *Return On Assets* pada sektor *consumer goods* sebagai berikut:

Tabel 1.5
Perkembangan *Return On Assets* pada Sektor *Consumer Goods*
Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022
(Dalam Persen)

No	Kode Emiten	Tahun					Rata – Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	ADES	6,01	10,20	14,16	20,83	22,18	14,68
2	CEKA	7,93	15,47	11,61	11,02	12,84	11,77
3	DLTA	22,19	22,29	10,12	14,37	17,61	17,32
4	DVLA	11,92	12,12	8,16	7,03	7,43	9,33
5	GGRM	11,30	13,80	9,80	6,20	3,10	8,84
6	ICBP	14,10	14,70	10,40	7,10	4,90	10,24
7	INDF	5,40	6,10	6,80	6,60	5,10	6,00
8	KLBF	13,80	12,50	12,40	12,60	12,70	12,80
9	ROTI	2,90	5,10	3,80	6,80	10,50	5,82
10	SIDO	19,90	22,90	24,30	31,00	27,10	25,04
11	SKLT	4,30	5,70	5,50	9,60	7,50	6,52
12	STTP	16,75	9,69	18,23	15,76	13,60	14,81
13	TSPC	6,51	6,62	8,65	8,54	8,84	7,83
14	ULTJ	16,07	19,13	15,58	21,98	17,66	18,08
15	UNVR	60,60	49,00	46,00	40,30	38,60	46,90
Rata-Rata		14,65	14,65	15,02	13,70	14,65	13,98
Perkembangan%			0,00	2,53	(8,79)	6,93	(0,17)

Sumber : Data Diolah Lampiran I

Berdasarkan tabel 1.5 diatas, perkembangan *Return On Assets* pada 15 perusahaan *consumer goods* selama 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Perkembangan rata-rata terendah terjadi pada tahun 2021 yaitu menurun sebesar 8,79%. Sedangkan perkembangan rata-rata tertinggi terjadi pada tahun 2022 dengan nilai 6,93%. Berikut ini pada tabel 5 perkembangan *Price Book Value* pada sub sektor *consumer goods* sebagai berikut:

Tabel 1.6
Perkembangan *Price Book Value* pada Sektor *Consumer Goods*
Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022
(Dalam Persen)

No	Kode Emiten	Tahun					Rata – Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	ADES	1,29	0,90	1,56	2,55	3,14	1,89
2	CEKA	0,65	0,77	0,88	0,80	0,78	0,78
3	DLTA	4,47	4,88	3,01	3,04	3,14	3,71
4	DVLA	1,88	1,87	2,00	2,06	1,57	1,88
5	GGRM	3,55	1,56	1,19	1,03	0,82	1,63
6	ICBP	4,83	4,38	2,14	1,58	1,97	2,98
7	INDF	1,19	1,04	0,75	0,61	0,59	0,84
8	KLBF	4,61	3,31	3,98	3,56	4,41	3,97
9	ROTI	2,57	2,56	2,60	2,81	3,52	2,81
10	SIDO	4,29	6,14	7,22	8,08	6,80	6,51
11	SKLT	3,05	2,92	3,92	2,69	2,24	2,96
12	STTP	2,63	4,93	3,50	2,91	2,47	3,29
13	TSPC	1,48	0,80	1,07	0,97	0,83	1,03
14	ULTJ	3,01	2,75	3,68	3,34	3,02	3,16
15	UNVR	50,34	59,41	55,83	34,17	46,96	49,34
Rata-Rata		5,99	6,55	6,22	4,68	5,48	5,78
Perkembangan%		-	9,35	(5,03)	(24,76)	17,09	(0,84)

Sumber : Data Diolah Lampiran I

Berdasarkan tabel 1.6 diatas, perkembangan *Price Book Value* pada 15 sampel perusahaan *consumer goods* selama 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Perkembangan rata-rata terendah terjadi pada tahun 2021 yaitu menurun sebesar 24,76%. Sedangkan perkembangan rata-rata tertinggi terjadi pada tahun 2022 dengan nilai 17,09%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Eka (2018), Andhieka (2017), menunjukkan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Basuki dkk (2019), dimana modal intelektual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami (2018) menunjukkan bahwa variabel VACA dan VAHU memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan STVA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Yuni dkk (2017) juga melakukan penelitian yang memberikan hasil bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Li dkk (2017) menunjukkan bahwa VAHU tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan VACA berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang telah dipaparkan tersebut, ditemukan adanya perbedaan akan pengaruh modal intelektual dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang ditemukan penelitian sebelumnya. Peneliti akan mencoba untuk memeriksa kembali dampak modal intelektual dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Modal Intelektual dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2018-2022”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan yang digambarkan pada tabel, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan *Value Added of Capital Employed* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 cenderung menurun dengan rata-rata perkembangan sebesar (7,68%).
2. Perkembangan *Value Added Human Capital* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 berfluktuasi cenderung menurun dengan rata-rata perkembangan sebesar (7,83%).

3. Perkembangan *Structural Capital Value Added* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 berfluktuasi cenderung menurun dengan rata- rata perkembangan sebesar (1,05%).
4. Perkembangan *Intelectual Capital* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 berfluktuasi cenderung menurun dengan rata- rata perkembangan sebesar (6,99%).
5. Perkembangan *Return On Assets* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 berfluktuasi cenderung dengan Rata- rata – rata perkembangan sebesar (4,58%).
6. Perkembangan *Price Book Value* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 berfluktuasi cenderung menurun dengan rata – rata perkembangan turun sebesar (0,84%).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dirumuskan masalah sebagai berikut, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Modal Intelektual dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?
2. Bagaimana pengaruh Modal Intelektual dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Modal Intelektual dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Modal Intelektual dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian dapat berguna bagi:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis mengenai Modal intelektual dan Profitabilitas serta komponen-komponennya dan mengetahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih bagi para akademisi mengenai modal intelektual dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan serta komponen-komponennya, dan pengaruhnya.

