BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2023 sangat kuat yaitu berada di angka 5,17% (Limanseto, 2023). Capaian pertumbuhan ekonomi tersebut karena aktifitas produksi tumbuh stabil, daya beli masyarakat meningkat dan bahkan inflasi terjaga kisaran 3%. Dampak dari perekonomian yang kuat dapat menyebar dengan cepat antarbisnis, yang mengakibatkan persaingan bisnis menjadi semakin kompetitif (Gani, 2022; Afifah et al. 2021; Hocky & Chandra 2022). Kinerja bisnis perusahaan menjadi isu krusial bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Perusahaan yang bersaing secara kompetitif melakukan beragam upaya agar berbeda dengan perusahaan pesaing dalam hal meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Kinerja bisnis perusahaan menjadi hal penting bagi publik karena mencerminkan visi jangka panjang perusahaan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan di masa akan datang serta berkontribusi kepada pemegang saham.

Perusahaan tidak lagi fokus pada strategi tradisional atau persaingan produk tetapi perusahaan menjadi entitas bisnis yang berbasis pengetahuan serta memperhatikan konsumen agar produk maupun layanan yang dihasilkan memiliki *value added* dan keunggulan lainnya yang unik, sehingga berdampak pada peningkatan kinerja bisnis perusahaan (Ulubeyli & Yorulmaz, 2020; Afifah et al., 2021). Dengan demikian, perusahaan dituntut tidak hanya memiliki sumber daya berupa aset berwujud tetapi juga aset tak berwujud berupa non *financial* dan potensi intelektual pegawai (Ulubeyli & Yorulmaz, 2020; Kartikahadi et al, 2019; Ousama et al., 2020). Aset tidak berwujud dalam konteks ini adalah *intellectual capital*.

Intellectual capital pertama kali di perkenalkan oleh Galbraith pada tahun 1969 sebagai bukti bahwa individu memiliki kontribusi intelektual. Edvinsson, (1997) menyatakan bahwa *intellectual capital* adalah bagian dari aset tidak berwujud (*intangible assets*). Menurut Sullivan, (1999) *intellectual capital* merupakan pengetahuan berupa *human capital and intellectual assets* yang

dapat dikonversi menjadi keuntungan perusahaan. *Intellectual capital* didefinisikan melalui tiga elemen utama yaitu *human capital, capital employed, and structural capital* (Pulic, 2000; Gani, 2022; Acuña-opazo & Gonz, (2021). *Human capital* berupa tingkat kreativitas, pengetahuan, skil, pengalaman, keterampilan dan kelincahan yang dimanfaatkan oleh individu dalam organisasi (Ulubeyli & Yorulmaz, 2020; Edvinsson, 1997; Roos, 2017; Boulton et al., 2000). *Structural capital* mencakup database, proses, system informasi, prosedur, struktur, budaya, strategi, dan bagan (Ouni et al., 2022; Ulubeyli & Yorulmaz, 2020). *Capital employed* terkait modal yang di gunakan pada proses bisnis (Mohammad, 2022). Selanjutnya Herremans et al., (2011); Boulton et al., (2000); Roos, (2017) menambahkan *relational capital,* kemudian dikembangkan menjadi empat elemen utama oleh Aybars & Mehtap (2022); Vetchagool (2022); Mohammad (2022); Ali et al. (2022) yaitu *human capital, capital employed, structural capital and relational capital. Relation capital* merupakan hubungan dengan agen, pelanggan, pemasok, pesaing, mitra, klien, pemegang saham, asosiasi industri, masyarakat, pemerintah dan jaringan (Ulubeyli & Yorulmaz, 2020; Herremans et al., 2011; Boulton et al., 2000).

Argumen yang mendasari bahwa *intellectual capital* tersebut penting bagi pelaku bisnis, pertama karena *intellectual capital* dianggap memiliki keunggulan kompetitif (Jardon & Martos, 2012; Ousama et al., 2020) tidak dapat di tiru perusahaan lain (Leonard & Tjakrawala, 2021). Sebagai contoh, sumber daya manusia berupa pengetahuan karyawan yang menjadi faktor pendorong inovasi, fleksibilitas, toleransi, motivasi, kepuasan, kapasitas belajar, loyalitas, pelatihan dan pendidikan formal (Mahrani & Soewarno, 2018). Apabila dilakukan secara efisien dan efektif dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan (Bayraktaroglu 2019; Leonard & Tjakrawala 2021). Argumen kedua, penggunaan *intellectual capital* bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri keuangan atau non keuangan menggunakan teknologi yang semaksimal mungkin dapat meningkatkan kekayaan pemegang saham dan menciptakan nilai tambah (Asif et al., 2020; Melovic et al., 2021). Argumen ketiga, karena *intellectual capital* menjadi topik yang dinamis dalam berbagai bidang disiplin ilmu, baik bidang manajemen, teknologi informasi, sosiologi, ekonomi, keuangan, psikologi, maupun

akuntansi (Castro et al., 2019; Xu & Li 2019; Sullivan & Sullivan, 2000). Adapun teori yang digunakan untuk melihat keterhubungan *intellectual capital* dengan kinerja bisnis perusahaan dan keterhubungan *intellectual capital* dengan reputasi perusahaan adalah teori *stakeholder*.

Teori *stakeholder* menggambarkan bahwa perusahaan melayani beragam *stakeholder* dengan kepentingan yang berbeda dan dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan (Freeman & David, 1983). *Stakeholder* dapat mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung atas pengendalian terhadap sumber daya yang di butuhkan oleh perusahaan (Deegan et al., 2000). Oleh karena itu, teori *stakeholder* menggambarkan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan seluruh kemampuan yang berada di perusahaan baik *human capital*, *physical capital*, *structural capital* (Gani, 2022). Dengan demikian manajemen perusahaan harus mampu mengelola *intellectual capital* dengan baik supaya kinerja bisnis perusahaan dapat dicapai dan dipertahankan.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang menguji pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan dilakukan oleh Karyani (2022), Ousama et al. (2020), Acuña-opazo & Gonz (2021) dan Leonard & Tjakrawala (2021). Hasil penelitian mereka memberikan bukti empiris bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Berbeda dengan hasil studi Harija et al. (2023); Gani (2022) menemukan bukti empiris bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Venolika et al. (2022) menemukan bukti empiris bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat ketidakkonsistenan pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan atau nilai perusahaan. Ketidakkonsisten hasil tersebut diduga karena ada variabel lain yang mengantarainya. Pada penelitian ini variabel yang diduga adalah reputasi perusahaan. Dugaan ini didukung oleh hasil penelitian Abdolmohammadi (2005) memberikan bukti empiris bahwa *intellectual capital* seperti pengungkapan informasi brand perusahaan berkorelasi positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Kapitalisasi pasar sebagai alat ukur dari variabel reputasi perusahaan pada penelitian ini. Reputasi perusahaan merupakan aktualisasi diri suatu entitas berdasarkan persepsi positif pihak luar terhadap perusahaan (Ou & Hsu, 2013) maupun dari dalam perusahaan (Fombrun & van Riel, 1997). Reputasi yang baik dapat diperoleh dari kualitas berkelanjutan pada peningkatan kualitas produk atau layanan sehingga terbentuk reputasi jangka panjang dan peningkatan profitabilitas (Sharabi, 2014). Reputasi berdampak pada meningkatnya pelanggan tetap, meningkatnya penjualan, dan pengurangan biaya operasional melalui kemajuan teknologi (Ou & Hsu, 2013; Singh & Misra, 2021; Ou & Hsu, 2013; Ma & Osiyevskyy, 2017) serta memperluas pangsa pasar yang mempengaruhi keuntungan dan pendapatan perusahaan (Zeithaml, 2000; Bontis & Booker, 2007). Reputasi perusahaan dilalui oleh *intellectual capital* ke kinerja bisnis perusahaan dengan menggunakan *signaling theory*. Wei & Ho (2019); Connelly et al. (2011) menggambarkan *signaling theory* berupa pesan positif yang ingin disampaikan pengirim (perusahaan) kepada penerima (*stakeholders*), untuk menjelaskan perilaku perusahaan dengan menganalisis sinyal dari beragam informasi (Spence, 2002). Penerima informasi adalah pihak luar yang tidak mempunyai informasi yang cukup mengenai perusahaan namun disuatu sisi mereka menggunakan informasi untuk penilaian dan pengambilan keputusan bisnis (Wei & Ho, 2019).

Ginesti et al. (2018); Midiantari & Agustia (2020) menggambarkan peran pengambil kebijakan dan investor terhadap perusahaan yang reputasinya sudah mendapat pengawasan yang ketat dari regulator menunjukkan kemampuan perusahaan yang telah memanfaatkan *intellectual capital* untuk daya saing dan meningkatkan profitabilitas serta memprediksi nilai perusahaan. Ginesti et al. (2018) juga memberikan gambaran dari reputasi yang buruk akan berdampak menurunkan profitabilitas perusahaan. Ini berarti bahwa perusahaan perlu membangun reputasi yang baik supaya dapat menciptakan kinerja bisnis perusahaan yang berkelanjutan (Afifah et al., 2021). Dengan demikian *intellectual capital* berhubungan dengan reputasi perusahaan (Dolphin, 2004; Rindova et al., 2005; Zabala et al., 2005). Reputasi perusahaan yang positif berhubungan dengan kinerja bisnis perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang menguji hubungan antara *intellectual capital* dengan reputasi perusahaan masih sedikit (Ginesti et al., 2018; Midiantari & Agustia, 2020). Misalnya beberapa hasil penelitian berikut menemukan bukti empiris bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan (Landion & Lastanti, 2019; Ginesti et al., 2018; Midiantari & Agustia, 2020). Perusahaan yang ingin memperoleh reputasi yang baik harus meningkatkan perhatian mereka ke aset *human capital* yang dimiliki, strategi penilaian, pengetahuan, keterlampilan, pengalaman karyawan dan budaya karyawan kepada pelanggan (Landion & Lastanti, 2019; Ginesti et al., 2018)

Hasil penelitian sebelumnya yang menguji pengaruh reputasi ke kinerja bisnis perusahaan dilakukan oleh Azzahra & Widiastuty (2023); Harija (2023); Yadiati et al. (2019). Peneliti tersebut menemukan bukti empiris bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis perusahaan. Yadiati et al. (2019) menjelaskan bahwa reputasi perusahaan dianggap sebagai atribut penting dalam mendukung tujuan keberlanjutan organisasi dan dengan demikian meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan. Reputasi perusahaan harus dijaga karena dapat menarik, mempertahankan, dan memotivasi semua *stakeholder* yang berdampak pada meningkatnya kinerja bisnis perusahaan (Bahta et al., 2020).

Penelitian sebelumnya yang menguji variabel mediasi reputasi perusahaan pada pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Midiantari & Agustia (2020). Mereka menemukan hasil bahwa reputasi perusahaan mampu memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Ozkan et al., (2016) dan Ginesti et al. (2018) menyatakan bahwa penggunaan *intellectual capital* seperti *human capital* yang secara efisien dapat mencerminkan nilai perusahaan yang baik dan perusahaan tersebut selalu dianggap mampu menjaga reputasi perusahaan. Hal lain dalam meningkatkan reputasi perusahaan yaitu salah satu elemen *intellectual capital* seperti *customer capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena kepuasan yang diperoleh (Ginesti et al., 2018).

Penelitian ini bertujuan melihat peran pemediasi reputasi perusahaan pada pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja bisnis perusahaan dengan menggunakan sampel perusahaan dari Bursa Efek Indonesia periode 2013-2023. Selain *intellectual capital*, kinerja bisnis perusahaan, dan reputasi perusahaan, penelitian ini juga menggunakan *laverage* dan *growth revenue* sebagai variabel kontrol. Berdasarkan latar belakang permasalahan dan ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai peran pemediasi reputasi perusahaan pada pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja bisnis perusahaan publik di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Didasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis perusahaan?
2. Apakah *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan?
3. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis perusahaan?
4. Apakah *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis perusahaan yang di mediasi oleh reputasi perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Didasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh positif dan signifikan *intellectual capital* terhadap kinerja bisnis perusahaan.
2. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh positif dan signifikan *intellectual capital* terhadap reputasi perusahaan

3. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh positif dan signifikan reputasi perusahaan terhadap kinerja bisnis perusahaan
4. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh positif dan signifikan *intellectual capital* terhadap kinerja bisnis perusahaan yang di mediasi oleh reputasi perusahaan

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa wawasan bagi perusahaan yaitu untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan di masa depan, memperkuat reputasi perusahaan di mata investor, karena investor cendrung berivestasi pada perusahaan yang memiliki *intellectual capital* yang kuat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan tambahan kontribusi literatur penelitian tentang *intellectual capital*, reputasi perusahaan dan kinerja bisnis perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, penulis menggunakan sistematika penulisan yang dijabarkan dalam lima bab yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pembuka yang menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan beberapa teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah penelitian, hasil penelitian terdahulu, petunjuk tentang pengembangan hipotesis, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik dan sumber pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode analisis data, dan prosedur pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjabarkan hasil pengujian hipotesis, interpretasi hasil, serta argumentasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan penelitian. Pada bab ini juga akan dimuat saran untuk peneliti selanjutnya guna mengatasi keterbatasan penelitian yang ada.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA