

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi industri serta era globalisasi yang terjadi saat ini, telah membawa perubahan yang cukup signifikan terhadap pengelolaan suatu bisnis. Masuknya perusahaan-perusahaan asing serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat menuntut perusahaan untuk semakin memperbaiki nilai dan kinerja perusahaannya agar dapat menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Ditambah efek pandemi *covid-19* yang masih terasa hingga saat ini membuat perusahaan saling berlomba-lomba untuk memulihkan kembali kondisi keuangan mereka. Beberapa sektor bisnis mulai melakukan transformasi digital dalam menjalankan aktivitasnya untuk bisa mengikuti perkembangan yang sedang terjadi. Para pelaku bisnis harus menyadari bahwa kemampuan bersaing tidak hanya ada pada sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, tetapi juga pada inovasi, teknologi, informasi, serta kompetensi sumber daya manusia. Salah satu sektor bisnis yang merespon fenomena ini adalah sektor manufaktur.

Menurut Sukirno (2018, hlm. 4) perusahaan manufaktur adalah suatu badan yang mengelola bahan baku menjadi barang dalam proses atau barang jadi dalam skala produksi besar untuk dijual kepada konsumen. Manufaktur harus diakui sebagai rangkaian kegiatan produktif, dari mulai perencanaan, desain, pengadaan, produksi, persediaan, pemasaran, distribusi, penjualan, dan manajemen (Nur & Suyuti, 2017, hlm. 3). Perusahaan manufaktur menjadi salah satu sektor industri yang terkena dampak pandemi dan globalisasi. Pasca pandemi *covid-19* telah membuat kinerja keuangan perusahaan manufaktur mengalami penurunan. Banyak perusahaan yang terpaksa harus mengurangi produksi atau bahkan menutup pabriknya. Menteri Perindustrian (Menperin) Agus Gumiwang Kartasasmita menyebutkan, bahwa kinerja industri manufaktur mengalami perlambatan bila dilihat dari kuartal I 2021 sampai dengan kuartal I 2023 (Sari, 2023). Sektor manufaktur sendiri merupakan salah satu sumber utama pembentuk struktur Produk Domestik Bruto (PDB). Selama 2 tahun terakhir, kontribusi perusahaan manufaktur

terhadap perekonomian negara terus mengalami penurunan dari yang awalnya 18,9 persen di tahun 2021, turun menjadi 18,34 persen pada tahun 2022, dan dilanjutkan dengan kuartal I 2023 yang kembali menurun hingga angka 16,77 persen (Islamiati, 2023). Hal ini dikarenakan kinerja industri manufaktur masih menghadapi berbagai tantangan dan ketidakpastian pasca *covid-19* di antaranya, pengadaan bahan baku, kurangnya infrastruktur pendukung industri, kurangnya utility, kurangnya tenaga ahli, dan tekanan produk impor.

Tabel 1.1

Kinerja Keuangan Empat Perusahaan Manufaktur Terbesar Tahun 2023

| Kode Emiten | Laba Bersih 2020 | Laba Bersih 2021 | Laba Bersih 2022 |
|--------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| GGRM | 9,78% | 6,23% | 3,14% |
| UNVR | 34,88% | 30,20% | 29,29% |
| ICBP | 7,16% | 6,69% | 4,96% |
| SMBR | 0,19% | 0,89% | 1,82% |

Sumber: Laporan Keuangan 2020-2022 BEI, data diolah peneliti

Tabel 1.1 menunjukkan kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur terbesar di Indonesia, yaitu PT Gudang Garam Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, dan PT Semen Baturaja Tbk. Pada tahun 2020-2022 secara berturut-turut, keempat perusahaan manufaktur tersebut mampu mencatatkan keuntungan disaat aktivitas bisnis masih terganggu akibat pandemi *covid-19*. Namun, kinerja keuangan ketiga perusahaan terus mengalami penurunan. Meskipun begitu, tidak semua perusahaan manufaktur melaporkan penurunan laba, seperti misalnya perusahaan Semen Baturaja Tbk yang terus mencatatkan peningkatan kinerja selama 3 tahun terakhir.

Semakin baik pertumbuhan laba semakin baik juga kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan merupakan suatu tolak ukur keberhasilan manajer dalam mengelola aset yang dimiliki perusahaan selama periode waktu tertentu (Kurniawati et al., 2020). Pengukuran kinerja keuangan dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif dan efisien perusahaan dalam mencapai targetnya. Dari pengukuran tersebut dapat diketahui juga sejauh mana sebuah perusahaan

dalam mempertahankan stabilitasnya. Kinerja keuangan juga bermanfaat bagi para investor sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan terkait investasi yang akan dilakukan terhadap perusahaan (Wibisono & Panggabean, 2019). Perusahaan yang sudah *go-public* tidak hanya bertanggung jawab terhadap dirinya, tetapi juga bertanggung jawab terhadap pihak lain seperti *stakeholders* (pemerintah, kreditor, karyawan) dan *stockholders* (pemegang saham). Pentingnya kinerja keuangan membuat perusahaan melakukan berbagai macam upaya untuk mencapai kinerja yang baik. Ada berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan suatu perusahaan, yaitu kebijakan hutang, struktur modal, ukuran perusahaan, dan masih banyak lagi.

Selain itu, untuk dapat terus meningkatkan kinerjanya di era pengetahuan dan teknologi saat ini, perusahaan-perusahaan harus mengubah strategi bisnis mereka dari yang awalnya didasarkan pada tenaga kerja (*labor-based business*) menjadi bisnis yang didasarkan pada pengetahuan (*knowledge-based business*) (Chintya & Haryanto, 2018). Dalam *knowledge-based business*, modal intelektual merupakan suatu hal penting bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai dan profitabilitas perusahaan secara berkelanjutan. Menurut *Resource-Based Theory* yang dikemukakan oleh Barney (1991), hanya aset yang berharga, langka, tidak dapat disubstitusikan, dan sulit ditiru yang dapat disebut sebagai aset strategis yang dapat memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan dan kinerja yang unggul. Modal intelektual disebut juga sebagai sumber daya atau aset tidak berwujud yang tidak terlihat pada laporan keuangan, namun diakui sebagai aset (investasi) yang bernilai bagi kelangsungan perusahaan di masa yang akan datang. Pappas et al. (2017) menjelaskan bahwa strategi yang dapat dilakukan untuk bisa memenangkan persaingan di era industri 5.0 adalah dengan memfokuskan penggunaan sumber daya organisasi yang bernilai, unik, dan tidak mudah tergantikan, sehingga orientasinya bergeser bukan lagi pada *tangible assets* melainkan lebih kepada *intangible assets (intellectual capital)*.

Intellectual capital mulai berkembang di Indonesia setelah munculnya PSAK No. 19 yang dikeluarkan pada tahun 2000 tentang Aset Tidak Berwujud. Meskipun tidak dinyatakan secara langsung di dalam PSAK, *Intellectual Capital*

saat ini telah menyita banyak perhatian perusahaan. *Intellectual Capital* atau modal intelektual adalah salah satu bagian dari aset tidak berwujud milik perusahaan yang berupa sumber daya informasi dan pengetahuan yang bermanfaat dalam meningkatkan daya saing (*competitive advantage*) dan kinerja perusahaan (Gani, 2022). Menurut Bontis et al. (2015) modal intelektual dibagi ke dalam tiga komponen yaitu *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *relational capital* (RC). Elemen-elemen yang terdapat dalam modal intelektual ini dapat menjadi terobosan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangannya dengan tetap mengacu pada aset tak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan.

Perkembangan modal intelektual menimbulkan tantangan bagi para akuntan untuk dapat mengidentifikasi, mengukur, dan mengungkapkan aset tidak berwujud ini ke dalam laporan keuangan. Beberapa metode untuk mengukur modal intelektual telah banyak dikembangkan oleh para peneliti, seperti model Skandia Navigator (Roos et al., 1997), *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) yang dikembangkan oleh Pulic (1998), dan *Intangible Asset Monitor* (Erik Sveiby, 1997). Dari beberapa metode pengukuran modal intelektual, metode VAICTM adalah metode yang paling banyak digunakan oleh para akademisi dan praktisi. Metode ini mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi *intellectual capital* dan *capital employed* dalam menciptakan nilai berdasarkan hubungan tiga komponen utama modal intelektual, yaitu *human capital* (VAHU), *structural capital* (STVA), dan *capital employed* (VACA) (Silalahi, 2021, hlm. 6). Penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan telah banyak dilakukan dengan hasil yang menunjukkan pengaruh yang berbeda-beda, tidak hanya dikaji pada perusahaan besar, namun juga pada perbankan, BUMN, dan universitas.

Masalah lain yang tidak kalah penting dalam peningkatan kinerja perusahaan adalah terjadinya perubahan pada sistem perdagangan, transaksi, serta peredaran uang. Salah satu faktor penyebab perubahan ini terjadi adalah adanya perkembangan teknologi (Purnata & Suardikha, 2019). Revolusi Industri 4.0 yang saat ini tengah bergeser ke Era Society 5.0, membuat teknologi dan internet menjadi basis utama bagi segala aspek kehidupan, tak terkecuali dalam ruang lingkup bisnis. Perkembangan teknologi membuat persaingan antar perusahaan menjadi semakin

ketat, perusahaan yang tidak memanfaatkan kemajuan teknologi akan sulit berkembang dan mengikuti persaingan yang ada. Astuti & Nasution (2014) menyebutkan bahwa penggunaan teknologi khususnya *e-commerce* dianggap mampu menjadi salah satu solusi yang dapat menciptakan nilai dan peluang bagi perusahaan yang ingin meningkatkan usahanya. Didorong oleh perkembangan internet dan globalisasi ekonomi, *e-commerce* telah menjadi hal yang sangat krusial bagi banyak perusahaan, baik perusahaan kecil maupun besar. Dikarenakan kemudahan menjangkau konsumen melalui media *online*, *e-commerce* belakangan ini menjadi semakin digemari oleh kalangan produsen baik besar maupun kecil (Helmalia & Afrinawati, 2018). Di masa sekarang ini, *e-commerce* juga digunakan untuk meningkatkan aspek operasional seperti memproses pesanan, pengiriman dan pemasaran seperti mengiklankan produk secara *online*. Berkembangnya teknologi serta akses internet yang sangat mudah, membuat segala aktivitas bisnis dapat dikelola secara *online* dari mana saja dan kapan saja.

Selama pandemi *covid-19*, pendapatan beberapa *website* (situs web) retail di dunia memperlihatkan kenaikan yang cukup besar. Peringkat tertinggi diduduki oleh *website* Amazon.com yang mampu mencatat penjualan sebesar US\$ 4,059 miliar, kemudian disusul Ebay.com dengan penjualan sebesar US\$ 1,227 miliar (Ayu & Lahmi, 2020). Di Indonesia hal serupa juga dialami oleh sebagian besar perusahaan yang menggunakan *e-commerce* dalam aktivitas bisnis mereka. Menurut Kepala Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran Bank Indonesia (BI), penjualan yang dilakukan melalui *e-commerce* mengalami peningkatan sebanyak 26% dengan penambahan konsumen baru sebanyak 51% (Situmorang, 2020). Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 2012 silam, namun penggunaannya masih belum efektif dikarenakan ketersediaan internet yang masih terbatas. Tren *e-commerce* baru mengalami peningkatan di tahun 2015 seiring munculnya berbagai *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lainnya. Hingga tahun 2023 ini, *e-commerce* sudah dikenal luas dan transaksi yang dilakukan dengan *e-commerce* meningkat semakin tajam (Hidayat et al., 2017). Sistem perdagangan melalui *e-commerce* ini tentu berdampak pada profitabilitas perusahaan. Banyaknya jumlah produk yang terjual dikarenakan kemudahan

konsumen dalam berbelanja, membuat perusahaan mengalami peningkatan laba dan kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh *intellectual capital* dan *e-commerce* terhadap kinerja keuangan telah banyak dilakukan. Namun, hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Febrianty & Jovan (2018) yang menunjukkan bahwa dari ketiga komponen VAICTM, hanya VACA (*Value Added of Capital Employed*) yang memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Net Profit Margin* (NPM). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Devi et al. (2017) pada perusahaan elektronik dan otomotif di Indonesia, VACA dan STVA (*Structural Capital Value Added*) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Gunawan et al. (2023) juga melakukan penelitian modal intelektual terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur pada masa sebelum dan saat pandemi *covid-19*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *human capital* mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Dijelaskan lebih lanjut, hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia. Kompetensi sumber daya manusia yang baik dapat mengoptimalkan aktivitas operasi bisnis perusahaan.

Selanjutnya penelitian mengenai *e-commerce* terhadap kinerja keuangan yang dilakukan oleh Akbar et al. (2021) terhadap perusahaan subsektor retail yang ada di Indonesia, hasil menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*. Kemudian hasil penelitian Julia & Hendratno (2020) yang membandingkan profitabilitas PT Ace Hardware Indonesia, Tbk sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*, menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit margin* (NPM), *Return on Equity* (ROE), dan *Return on Assets* (ROA), tidak memberikan pengaruh sama sekali baik sebelum maupun sesudah menggunakan *e-commerce*.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang sebelumnya, terdapat *gap* atau inkonsistensi hasil penelitian mengenai *intellectual capital* dan *e-commerce*

terhadap kinerja keuangan, maka peneliti memutuskan untuk meneliti kembali demi mendapatkan hasil penelitian yang akurat. Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu dengan perbedaan, peneliti menganalisis dua variabel independen yaitu *intellectual capital* dan *e-commerce*. Kedua, objek penelitian yang dianalisis dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022. Penelitian ini berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 dengan pertimbangan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang paling banyak berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Variabel *intellectual capital* dalam penelitian ini diproksikan dengan model VAICTM dengan ketiga komponen VAHU, VACA dan STVA. Kemudian variabel *e-commerce* diproksikan dengan menggunakan biaya yang dikeluarkan untuk digitalisasi perusahaan, dan proksi kinerja keuangan menggunakan rasio profitabilitas, *Return on Assets* (ROA).

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Intellectual Capital* dan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur?
2. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur.

2. Mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai *intellectual capital* atau modal intelektual dan *e-commerce*, serta komponen-komponennya dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini dapat membantu pihak manajemen dalam meningkatkan kinerja keuangan melalui pengelolaan *intellectual capital* dan *e-commerce*.
- b. Penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan kepada para investor dalam mengambil keputusan investasi.
- c. Penelitian ini dapat menambah sumber literatur mengenai *intellectual capital*, *e-commerce*, dan kinerja keuangan perusahaan.