

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transportasi adalah salah satu elemen infrastruktur yang mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara karena memegang peranan penting yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari terkhusus dalam mempermudah dan melancarkan mobilitas masyarakat. Hal ini menjadi peluang investasi yang tepat bagi perusahaan yang bergerak di industri transportasi karena mengarah pada peningkatan kapasitas jangkauan layanan, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan nilai perusahaan.

Kemampuan perusahaan untuk berinovasi dalam hal layanan, model bisnis atau pengalaman pelanggan dapat mempengaruhi daya tarik dan nilai perusahaan. Umumnya, permasalahan transportasi muncul karena ketidakseimbangan antara kebutuhan sarana, prasarana dan fasilitas transportasi. Pemantauan pasar dan respon cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis adalah kunci untuk memahami dan mengelola nilai perusahaan dalam industri transportasi.

Persaingan yang sengit dalam industri transportasi dapat menghasilkan tekanan harga, yang dapat mengurangi margin keuntungan perusahaan. Jika perusahaan tidak dapat bersaing secara efisien, maka nilai perusahaan dapat

menurun. Kualitas layanan yang buruk seperti ketidaktepatan waktu atau ketidaknyamanan dapat menyebabkan pelanggan beralih ke penyedia layanan transportasi lain. Hal ini dapat mengurangi keuntungan dan mempengaruhi citra perusahaan yang berdampak pada nilai perusahaan. Selain itu, fenomena kehadiran transportasi online menjadi tantangan nyata bagi perusahaan transportasi konvensional. Platform transportasi online menawarkan berbagai keunggulan, mulai dari kemudahan akses, biaya yang lebih terjangkau, hingga tingkat kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi telah membawa dampak yang signifikan bagi industri transportasi. Kehadiran layanan transportasi online secara langsung mempengaruhi bisnis transportasi konvensional yang telah ada sebelumnya. Meskipun memberikan kenyamanan yang lebih besar bagi konsumen, transportasi online telah menjadi sumber kontroversi karena dituding menjadi penyebab menurunnya profitabilitas perusahaan transportasi konvensional.

Salah satu bukti dampak kehadiran transportasi online adalah perusahaan transportasi konvensional PT Express Transindo Utama Tbk, yang beroperasi dalam industri taksi. Perusahaan ini mengalami tantangan berat dalam kinerja keuangannya sepanjang tahun 2022. Dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, tahun 2022 menjadi periode yang menantang bagi perusahaan ini karena tercatat mengalami kerugian sebesar Rp 14,89 miliar.

Berikut ini merupakan tabel fenomena yang terjadi di PT Express Transindo Utama Tbk:

Tabel 1. Data Perusahaan PT Express Transindo Utama Tbk

Periode	Profitabilitas
2019	60,8%
2020	10,2%
2021	247,95%
2022	23,83%

Sumber data: Annual Report PT Express Transindo Utama Tbk

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa profitabilitas perusahaan mengalami fluktuasi dan cenderung menurun. TAXI mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan, pada tahun 2022 turun menjadi Rp 2,94 miliar dari Rp 7, 26 miliar pada tahun 2021. Penurunan margin keuntungan menjadi risiko nyata jika perusahaan tidak mampu bersaing secara efisien dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Kualitas layanan yang kurang mengakibatkan pelanggan berpindah ke penyedia layanan transportasi lain. Fenomena ini menjadi perhatian serius karena tidak hanya berdampak pada margin keuntungan perusahaan, tetapi berpotensi merusak citra perusahaan yang pada akhirnya mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, berdasarkan hasil penelitian (Qurrotulaini & Anwar, n.d, 2021) faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *intellectual capital, tax avoidance*

dan *leverage*. Menurut hasil penelitian (Pradytia, 2022) faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas dan menurut hasil penelitian (Purba et al., 2020) *leverage*, ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan keputusan investasi adalah faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam konteks penelitian ini, peneliti hanya mengambil beberapa faktor yaitu *intellectual capital*, *leverage* dan profitabilitas.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *intellectual capital*, yang merupakan bagian dari aset tak berwujud. *Intellectual capital* terlihat dalam bentuk data, informasi, atau pengetahuan yang dimiliki karyawan dan digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan. keberadaan pengetahuan dan kreativitas yang dimiliki karyawan dapat menghasilkan produk dan layanan baru yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan. Terkait *intellectual capital*, *resource based theory* menyatakan bahwa perusahaan dapat meraih keunggulan kompetitif dengan mengandalkan aset berwujud maupun yang tidak berwujud. Modal intelektual sebagai salah satu aset tidak berwujud memiliki peran penting dalam pengelolaan pengetahuan dan inovasi yang dapat memperbaiki kualitas serta meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor.

Menurut hasil penelitian (Indawati, 2021) *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena *intellectual capital* akan

menunjang setiap kegiatan operasional perusahaan sehingga dapat menghasilkan keuntungan atau imbal hasil bagi pemegang saham. Informasi mengenai intellectual capital yang dimiliki perusahaan akan menjadi bahan pertimbangan investor sebelum melakukan investasi. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan (Kusuma & Rahyuda, 2022) menyatakan *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor lebih memperhatikan sumber daya yang berwujud dan menganggap *intellectual capital* sebagai pengungkapan sukarela. Dengan kata lain, investor tidak memberikan nilai yang seharusnya diberikan kepada perusahaan karena mereka tidak memahami atau tidak sepenuhnya menghargai nilai *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* adalah penggunaan dana pinjaman atau utang untuk memaksimalkan operasional dan meningkatkan potensi keuntungan. *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan jika perusahaan mampu menggunakan dana pinjaman tersebut untuk menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi daripada biaya bunga yang harus dibayar. Dalam hal ini, *leverage* dapat meningkatkan keuntungan perusahaan yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Terkait *leverage*, teori *stakeholder* memberi informasi kepada para pemangku kepentingan mengenai sejauh mana perusahaan menggunakan pinjaman untuk

mendanai kegiatan operasinya dan risiko yang terkait dengan penggunaan utang tersebut, melalui pemaparan rasio *leverage* pada laporan keuangan perusahaan.

Hasil penelitian (Rejeki & Haryono, 2021) menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena penggunaan leverage yang lebih besar dapat meningkatkan beban dan risiko bagi perusahaan. Hal ini akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan karena mengindikasikan kecenderungan perusahaan lebih banyak menggunakan komposisi hutang daripada modalnya. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Triwaderi & Amanah, 2020) menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan cenderung mendanai aktivitasnya melalui modal internal seperti laba ditahan dan modal saham, bukan melalui penggunaan hutang.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan yang diperoleh dari kegiatan operasionalnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut efisien dalam menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan laba. Peningkatan laba yang signifikan dapat meningkatkan kepercayaan investor, meningkatkan nilai perusahaan, dan memberikan imbal hasil yang lebih baik bagi pemegang saham. Jika profitabilitas perusahaan terus meningkat maka investor juga semakin tertarik

untuk berinvestasi. Pada profitabilitas, teori *stakeholder* menekankan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan semua pihak yang terlibat dalam operasi perusahaan agar perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang mendukung profitabilitas dalam jangka panjang. Artinya, profitabilitas suatu perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek keuangan saja, tetapi juga hubungan perusahaan dengan para *stakeholder*.

Hasil penelitian (Iman et al., 2021) menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena tingkat profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan modal untuk menciptakan laba yang memadai. Dengan demikian, perusahaan dapat memenuhi kewajiban pembayaran utangnya, serta memberikan deviden kepada para pemegang saham. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Imnana et al., 2023) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang fokus pada tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memprioritaskan alokasi laba untuk *retained earnings* (laba ditahan) daripada pembagian dividen kepada para pemegang saham. Dampaknya, investor akan berpendapat bahwa perusahaan kurang optimal dalam memberikan keuntungan kepada pemegang saham.

Fenomena mengenai nilai perusahaan adalah topik yang penting dalam dunia bisnis dan keuangan. Nilai perusahaan mengacu pada seberapa banyak sebuah perusahaan dihargai atau dinilai oleh pasar atau pemangku kepentingan

lainnya. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor dan dapat berubah dari waktu ke waktu. Munculnya berbagai permasalahan mengenai nilai perusahaan dan juga adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, membuat peneliti tertarik untuk menganalisis kembali faktor apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka judul penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu **“PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*, *LEVERAGE* DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI TRANSPORTASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka disusun beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022
3. Menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktisi

- a. Manfaat bagi penulis adalah sebagai sarana untuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh *intellectual capital*, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan sebagai penge,bangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari pada masa perkuliahan.
- b. Manfaat penelitian bagi perusahaan adalah sebagai bahan pertimbangan manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi dan keputusan pendanaan.

2. Manfaat akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang akuntansi, khususnya mengenai pengaruh *intellectual capital*, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri transportasi yang terdaftar di BEI. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi informasi bagi pihak yang ingin melakukan pengembangan penelitian lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan.