

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder merupakan sekelompok maupun seseorang yang diidentifikasi dapat memberikan pengaruh pada tujuan organisasi atau mendapatkan pengaruh dari tujuan organisasi (Freeman dan Reed, 1983 dalam Susanto dan Tarigan, 2013). Kelompok yang dapat disebut stakeholder yaitu jika mempunyai kekuasaan maupun kepentingan pada perusahaan yang bersangkutan. Menurut Belkaoui (2003), kelompok yang tergolong dalam stakeholder adalah pemegang saham, pemerintah, pemasok, pelanggan, kreditor, karyawan, serta masyarakat.

Freeman (1983) dalam Susanto dan Tarigan (2013) menyatakan bahwa teori stakeholder merupakan teori tentang organisasional manajemen serta etika bisnis yang mengulas tentang moral serta nilai saat mengatur suatu organisasi. Sedangkan, menurut Deegan (2004), teori stakeholder merupakan teori yang mengutarakan bahwa seluruh stakeholder mempunyai hak untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan dari suatu perusahaan yang dapat memberikan pengaruh kepada mereka dalam mengambil keputusan. Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan perlu untuk mengungkapkan mengenai kinerja lingkungan, sosial serta intelektual mereka lebih dari yang diwajibkan untuk memenuhi ekspektasi dari para stakeholder.

Berkenaan dengan modal intelektual, menurut Ulum (2009) teori stakeholder dapat dilihat dari bidang etika serta manajemen. Pada bidang etika, pemangku

kepentingan mempunyai hak untuk mendapatkan perlakuan secara adil oleh perusahaan serta manajer mengatur organisasi demi kepentingan seluruh pemangku kepentingan. Apabila manajer dapat mengelola perusahaan dalam proses menciptakan nilai maka dimensi etika akan dihormati. Dalam bidang manajemen, para stakeholder harus dapat mengendalikan sumber daya perusahaan jika ingin meningkatkan kesejahteraan mereka. Sedangkan, berkenaan dengan nilai perusahaan, teori stakeholder menyatakan perusahaan tidak hanya suatu entitas yang beroperasi untuk kebutuhan sendiri melainkan juga harus membagikan manfaat untuk stakeholder. Oleh karena itu, kehadiran perusahaan benar-benar dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder untuk perusahaan.

2.2. Teori Sumber Daya (Resource Based Theory)

Teori sumber daya (*Resource Based Theory*) merupakan teori yang dikembangkan guna mengkaji keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan yang menekankan pada keunggulan pengetahuan atau ekonomi yang mengandalkan aset tidak berwujud. Penrose (1959) dalam Juwita et al. (2016), menyatakan sumber daya yang dimiliki perusahaan memiliki sifat heterogen serta jasa produktif yang ada bersumber dari sumber daya milik perusahaan yang memberikan karakter yang memiliki keunikan untuk setiap perusahaan.

Keunggulan suatu perusahaan dapat diciptakan jika perusahaan memiliki kemampuan untuk mengelola sumber daya dengan baik sehingga dapat membentuk nilai yang baik bagi perusahaan. Menurut Sartono (2015), perusahaan memerlukan dua hal utama supaya dapat bersaing, yaitu mempunyai sumber daya yang unggul

(baik aset berwujud maupun tidak berwujud) serta mampu melakukan pengelolaan pada sumber daya yang dimiliki dengan efektif. Sumber daya milik perusahaan dapat berupa keunggulan kompetitif karyawan, misalnya ilmu pengetahuan, serta kemampuan yang dimiliki oleh manusia yang digunakan untuk memberi pelayanan yang profesional di perusahaan yang nantinya diharapkan mampu memberikan dukungan pada kemampuan perusahaan ketika memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, sehingga tanggapan yang diberikan oleh pasar terhadap perusahaan dapat memberikan peningkatan pada nilai perusahaan.

Menurut teori ini, perusahaan menggunakan modal dan sumber daya mereka untuk menciptakan nilai serta meningkatkan kekayaan. Salah satu sumber daya perusahaan yang memainkan peran penting dalam proses penciptaan nilai adalah *intellectual capital* (Mouritsen et al., 2004; Ousama et al., 2011 dalam Ousama et al., 2019).

2.3. Teori Sinyal (Signalling Theory)

Brigham & Houston (2019) mengemukakan bahwa teori sinyal adalah suatu aksi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana perusahaan memandang prospek perusahaan. Teori ini juga menekankan pada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan terhadap keputusan investasi pihak eksternal dan adanya dorongan perusahaan untuk memberikan informasi tersebut kepada pihak eksternal. Informasi akuntansi yang digunakan menjadi sinyal oleh perusahaan berupa laporan tahunan, laporan keuangan, laporan hal-hal yang telah dilakukan oleh manajemen

perusahaan untuk merealisasikan keinginan pemilik, atau dapat berupa promosi dan informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang lebih baik daripada perusahaan lainnya (Godfrey et al., 2010).

Hartono (2013) mengemukakan bahwa informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Apabila terdapat nilai positif dalam pengumuman tersebut, maka diharapkan terdapat reaksi dari pasar saat pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pelaku pasar akan menginterpretasikan dan menganalisis terlebih dahulu informasi tersebut sebagai sinyal baik atau sinyal buruk ketika informasi tersebut diumumkan. Teori ini juga menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas tinggi cenderung memberikan sinyal keunggulannya kepada pasar. Sinyal tersebut akan membuat investor serta pemangku kepentingan lainnya menaikkan nilai perusahaan dan membuat keputusan yang lebih menguntungkan bagi perusahaan (Whiting & Miler, 2008). Teori sinyal melandasi pengungkapan sukarela. Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham, khususnya apabila informasi tersebut adalah berita baik. Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitasnya dan kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan (Suwardjono, 2008).

Informasi tentang *intellectual capital* yang diungkapkan secara sukarela dapat menjadi salah satu media yang efektif bagi suatu perusahaan untuk menyampaikan sinyal kualitas superior yang mereka miliki terkait dengan kepemilikan *intellectual*

capital yang signifikan untuk menciptakan kesejahteraan di masa yang akan datang (Petty & Guthrie, 2000; Ulum, 2015). Bagi yang memiliki basis *intellectual capital* yang kuat, pengungkapan sukarela informasi *intellectual capital* akan membedakan mereka dari perusahaan lain dengan kualitas yang lebih rendah. Ulum (2015) mengemukakan bahwa pemberian sinyal mengenai atribut *intellectual capital* dapat menghasilkan beberapa keuntungan bagi perusahaan tersebut, seperti meningkatkan image perusahaan, menarik investor yang potensial, menciptakan pemahaman mengenai produk maupun jasa perusahaan, menurunkan volatilitas saham, mengurangi biaya modal, dan dapat meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan.

2.4. Pengungkapan

Menurut Suwardjono (2008), pengungkapan secara konseptual merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan adalah langkah terakhir yang ada dalam proses akuntansi, yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statement keuangan. Pengungkapan juga sering dimaknai sebagai penyediaan informasi lebih dari apa yang disampaikan dalam bentuk statement keuangan formal.

Evans (2003) dalam Suwardjono (2008) mengartikan pengungkapan sebagai berikut:

“Disclosure means supplying information in the financial statements, including the statements themselves, the notes to the statements, and the supplementary disclosures associated with the statements. It does not extend to public or private statements made by management or information provided outside the financial statements.”

Evans (2003) dalam Suwardjono (2008) membatasi pengertian pengungkapan hanya pada hal-hal yang menyangkut pelaporan keuangan. Pernyataan manajemen dalam media massa atau surat kabar lain serta informasi di luar lingkup pelaporan keuangan tidak termasuk dalam pengertian pengungkapan. Subroto (2014) mengemukakan bahwa pengungkapan adalah penyajian seluruh informasi yang diperlukan oleh investor dalam laporan atau pelaporan keuangan.

2.4.1. Tujuan Pengungkapan

Tujuan dari pengungkapan secara umum adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak yang memiliki kepentingan yang berbeda-beda (Suwardjono, 2008). Selain itu, Suwardjono (2008) menyatakan karena pasar modal merupakan sarana utama pemenuhan dana dari masyarakat, maka pengungkapan dapat diwajibkan menjadi:

1. Tujuan Melindungi

Pada tujuan melindungi, pengungkapan dimaksudkan untuk melindungi perlakuan manajemen yang mungkin kurang adil dan terbuka (*unfair*). Dengan tujuan melindungi, tingkat atau volume pengungkapan akan menjadi tinggi. Tujuan ini biasanya dijadikan pertimbangan oleh badan pengawas yang mendapat otoritas untuk melakukan pengawasan terhadap pasar modal seperti SEC atau Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM).

2. Tujuan Informatif

Pada tujuan informatif, pengungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan

pemakai tersebut. Tujuan ini biasanya melandasi penyusunan standar akuntansi untuk menentukan tingkat pengungkapan.

3. Tujuan Kebutuhan Khusus

Tujuan kebutuhan khusus adalah gabungan dari tujuan perlindungan publik dan tujuan informatif. Apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang dituju. Sedangkan tujuan pengawas, informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang menuntut pengungkapan secara rinci.

2.4.2. Keluasan dan Kerincian Pengungkapan

Keluasan dan kerincian pengungkapan berkaitan dengan masalah seberapa banyak informasi harus diungkapkan yang disebut dengan tingkat pengungkapan (*levels of disclosure*). Evans (2003) dalam Suwardjono (2008) mengidentifikasi tiga tingkat pengungkapan, yaitu:

1. Tingkat Memadai (*Adequate Disclosure*)

Tingkat ini merupakan tingkat minimum yang harus dipenuhi supaya statemen keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan yang diarah.

2. Tingkat Wajar (*Fair or Ethical Disclosure*)

Tingkat wajar merupakan tingkat yang harus dicapai supaya semua pihak mendapatkan perlakuan atau pelayanan informasional yang sama. Artinya, tidak ada satu pihak pun yang kurang mendapat informasi sehingga mereka menjadi pihak yang kurang diuntungkan posisinya.

3. Tingkat Penuh (*Full Disclosure*)

Tingkat ini menuntut penyajian secara penuh seluruh informasi yang berpaut dengan pengambilan keputusan yang diarah.

Tingkat pengungkapan yang tepat harus ditentukan karena terlalu banyak informasi sama tidak menguntungkannya dengan terlalu sedikit informasi. Dalam hal pengungkapan, batas atas lebih banyak menimbulkan kontroversi dibandingkan dengan batas bawah. Artinya, bagi penentu kebijakan, menentukan seberapa luas pengungkapan harus dilakukan lebih problematik dibanding menentukan informasi mana yang tidak perlu diungkapkan.

2.4.3. Pengungkapan Wajib dan Sukarela

Menurut Suwardjono (2008), pengungkapan wajib merupakan pengungkapan yang dilakukan perusahaan atas apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas. Sedangkan, pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan yang dilakukan perusahaan di luar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas. Pengungkapan sukarela merupakan solusi dari kendala pengungkapan secara penuh. Dengan manajemen bersedia melakukan pengungkapan sukarela, tingkat pengungkapan wajib yang dapat ditetapkan dapat diarahkan ke tingkat wajar atau bahkan memadai.

2.5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu pencapaian yang didapatkan perusahaan sebagai cerminan dari kepercayaan masyarakat setelah perusahaan tersebut melalui proses

dalam waktu yang lama, yaitu sejak perusahaan dibangun hingga sekarang (Denziana dan Monica, 2016). Gapensi (1996) dalam Dewi dan Isynuwardhana (2014) menyatakan bahwa suatu perusahaan dapat disebut mempunyai nilai yang baik apabila kinerja dari perusahaan tersebut juga baik. Harga saham perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaannya, apabila nilai saham tinggi maka dapat dikatakan nilai perusahaan tersebut juga baik.

Sujoko & Soebiantoro (2007) mengemukakan bahwa nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor pada tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat karena tingginya harga saham dapat menyebabkan pasar menjadi yakin pada kinerja perusahaan serta prospeknya di masa yang akan datang (Rudangga & Sudiarta, 2016). Peluang-peluang investasi sangat memberikan pengaruh pada nilai perusahaan yang terbentuk melewati indikator pasar saham.

2.5.1. Konsep Nilai Perusahaan

Terdapat lima konsep nilai yang memberikan penjelasan mengenai nilai perusahaan yang dikemukakan Christiawan & Tarigan (2007), yaitu:

1. Nilai nominal merupakan nilai yang tertera dengan formal dalam anggaran dasar perseroan dan dalam neraca perusahaan disebutkan secara eksplisit serta dalam surat saham kolektif ditulis dengan jelas.
2. Nilai pasar atau kurs merupakan harga yang terbentuk dari proses tawar menawar di pasar saham. Kurs hanya dapat ditentukan apabila perusahaan menjual sahamnya di pasar saham.

3. Nilai intrinsik mengacu pada perkiraan nilai riil dari suatu perusahaan. Oleh karena itu, nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak. Nilai perusahaan pada konsep ini tidak hanya sekedar harga dari sekumpulan aset, tetapi sebagai entitas bisnis yang mempunyai kemampuan dalam menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. Nilai buku merupakan nilai perusahaan yang dihitung menggunakan dasar konsep akuntansi. Nilai buku dapat dihitung secara sederhana dengan cara melakukan pembagian antara selisih total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.
5. Nilai likuidasi merupakan nilai jual dari semua aset perusahaan setelah dikurangi dengan seluruh kewajiban yang harus terpenuhi. Nilai sisa tersebut adalah bagian dari para pemegang saham. Nilai likuidasi dapat dihitung menggunakan cara yang sama saat melakukan penghitungan pada nilai buku, yaitu berdasarkan pada neraca performa yang telah disiapkan saat perusahaan akan likuidasi.

2.6. *Intellectual Capital*

Sumber daya yang mempunyai nilai serta kemampuan dalam melakukan suatu tindakan yang didasarkan pada pengetahuan diwakilkan oleh *intellectual capital* (Sartono, 2015). Menurut Firer & Williams (2003), *intellectual capital* merupakan informasi serta pengetahuan yang diterapkan dalam pekerjaan dengan maksud menciptakan nilai. Informasi tentang *intellectual capital* merupakan salah satu informasi yang diperlukan oleh investor. Hal tersebut dikarenakan investor menjadi

dapat lebih baik dalam melakukan penilaian pada keahlian perusahaan dalam menciptakan kekayaan di masa yang akan datang (Goh dan Lim dalam Kumala, 2011).

Intellectual capital didefinisikan dari perspektif kemampuan perusahaan berfungsi sebagai “aset tak berwujud gabungan yang memungkinkan perusahaan berfungsi” (Brooking 1996, dalam Ousama et al., 2012). Definisi ini berfokus pada aset tak berwujud serta keunggulan kompetitif tak berwujud yang dapat dibawa ke perusahaan. *Intellectual capital* juga dapat didefinisikan melalui perspektif penciptaan nilai dan kekayaan sebagai “bahan intelektual – pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual, pengalaman – yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan” (Stewart 2000, dalam Ousama et al., 2012).

Tiga komponen dari *intellectual capital* adalah:

1. *Internal capital* (INC) mengacu pada modal intelektual dalam perusahaan yang terdiri dari infrastruktur teknologi, inovasi, aset tak berwujud yang dihasilkan secara internal, kegiatan penelitian serta pengembangan, proses, kualitas serta filosofi manajemen (Sanchez et al., 2000; Guthrie dan Petty, 2000; Bontis, 2003; Seetharaman et al., 2004; Guthrie et al., 2006 dalam Ousama et al., 2012).
2. *External capital* (EXC) mengacu pada modal intelektual di luar perusahaan yang mencakup kemitraan dan aliansi bisnis, kombinasi bisnis, informasi tentang pelanggan, kepuasan pelanggan, saluran distribusi, pemasok, pemasaran, nilai pasar dan harga saham, serta pemegang saham

(Sanchez et al., 2000; Brennan, 2001; Bontis, 2003; Seetharaman et al., 2004; Olsson, 2004; Johanson et al., 2006 dalam Ousama et al., 2012).

3. *Human capital* (HUC) merujuk pada sumber daya manusia dalam perusahaan yang mencakup pendidikan, keterampilan, pelatihan, nilai serta pengalaman karyawan (Sanchez et al., 2000; Bontis, 2003; Seetharaman et al., 2004; Abeysekera dan Guthrie, 2005 dalam Ousama et al., 2012).

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Ousama et al. (2019) menggunakan tingkat informasi *intellectual capital* sebagai variabel independen serta nilai pasar perusahaan sebagai variabel dependen. Pada penelitian tersebut terdapat variabel kontrol, yaitu *book value*, *net profit*, *firm size*, *financial leverage* dan *dividends per share*. Objek penelitian adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di *Qatar Stock Exchange* selama periode 2010 – 2012 dan periode 2016 – 2018. Sampel dalam penelitian tersebut 42 perusahaan per tahun dengan total data panel sebanyak 252 perusahaan selama enam tahun. Penelitian ini mengukur luas informasi *intellectual capital* dan kategorinya dengan berdasarkan pada indeks pengungkapan, yang berisi daftar 101 item *intellectual capital* yang dibagi menjadi tiga kategori, yang diadopsi dari Ousama et al. (2012). Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian adalah model yang dimodifikasi sederhana oleh peneliti dari model Ohlson (1995). Hasil penelitian menyatakan terdapat hubungan positif yang signifikan antara informasi *intellectual capital* dan nilai pasar perusahaan

yang terdaftar di Qatar. Selain itu, hasil penelitian menyatakan bahwa kategori dalam *intellectual capital* (EINCI, EEXCI, EHUCI) secara statistik signifikan dalam menentukan nilai pasar perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *book value per share*, *net profit*, dan *leverage* memiliki hubungan signifikan yang kuat dengan nilai pasar perusahaan. Sedangkan *firm size* memiliki hubungan signifikan yang lemah, dan *dividends per share* tidak memiliki hubungan signifikan dengan nilai pasar perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugrahanto (2018) menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan *intellectual capital*, *human capital*, *structural capital* dan *customer capital / capital employeed* sebagai variabel independen. Objek dalam penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur farmasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan laporan keuangan pada kurun waktu 2013 – 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel independen adalah dengan metode dalam penelitian Pulic (2000) beserta komponennya, yaitu *value added of intellectual capital* (VAICTM), *value added human capital* (VAHU), *structural capital value added* (STVA), dan *value added capital employed* (VACA). Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda dan sederhana. Hasil penelitian menyatakan *human capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, *structural capital*, *customer capital / capital employeed*, *intellectual capital* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2021) menggunakan *intellectual capital*, struktur modal serta ukuran perusahaan sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Objek dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014 – 2018. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Landion et al. (2019) menggunakan *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital equity* (HCE), *customer capital equity* (CEE), *structural capital equity* (SCE) sebagai variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah kinerja keuangan perusahaan, nilai pasar perusahaan dan reputasi perusahaan. Objek dalam penelitian adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015 – 2017. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah metode analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *intellectual capital* terhadap nilai pasar perusahaan, terdapat pengaruh positif antara *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perbankan dan reputasi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Muasiri et al. (2021) menggunakan *intellectual capital* dan *corporate governance* sebagai variabel independent dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Selain itu, peneliti juga menggunakan variabel moderasi yaitu profitabilitas. Objek dalam penelitian adalah perusahaan

perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019. Teknik analisa data pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling – Partial Least Squares*. Hasil penelitian menyatakan bahwa *intellectual capital* memberikan pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Sedangkan *corporate governance* tidak memberikan pengaruh positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa profitabilitas dapat melakukan moderasi pengaruh *intellectual capital* pada nilai perusahaan, tetapi tidak dapat melakukan moderasi pengaruh *corporate governance* pada nilai perusahaan.

Tabel 2.1.

Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Objek	Hasil Penelitian
1.	Ousama et al. (2019)	Variabel independen: - <i>Intellectual Capital</i> Variabel dependen: - Nilai Pasar Perusahaan Variabel kontrol: - <i>Book Value per Share</i> - <i>Net Profit</i> - <i>Firm Size</i> - <i>Financial Leverage</i> - <i>Dividends per Share</i>	Seluruh perusahaan yang terdaftar di <i>Qatar Stock Exchange</i> periode 2010–2012 dan periode 2016–2018.	Hasil penelitian ini menyatakan terdapat hubungan positif yang signifikan antara informasi <i>intellectual capital</i> dan nilai pasar perusahaan yang terdaftar di Qatar. Hasil penelitian juga menyatakan bahwa kategori dalam <i>intellectual capital</i> secara statistic signifikan dalam menentukan nilai pasar perusahaan. Selain itu, <i>book value per share</i> , <i>net profit</i> , dan <i>leverage</i> memiliki hubungan signifikan yang kuat dengan nilai pasar

				perusahaan. Sedangkan <i>firm size</i> memiliki hubungan signifikan yang lemah, dan <i>dividends per share</i> tidak memiliki hubungan signifikan dengan nilai pasar perusahaan.
2.	Nugrahanto (2018)	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Intellectual Capital</i> - <i>Human Capital</i> - <i>Structural Capital</i> - <i>Customer Capital/Capital Employeed</i> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan 	Seluruh perusahaan manufaktur farmasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2013–2017.	Hasil penelitian menyatakan <i>human capital</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, <i>structural capital</i> , <i>customer capital/capital employeed</i> , dan <i>intellectual capital</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.
3.	Sari et al. (2021)	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Intellectual Capital</i> - Struktur Modal - Ukuran Perusahaan <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan 	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014–2018.	<i>Intellectual capital</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, struktur modal dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4.	Landion et al. (2019)	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Intellectual Capital</i> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Keuangan Perusahaan 	Perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015–2017.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara <i>intellectual capital</i> terhadap nilai pasar perusahaan. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat

		<ul style="list-style-type: none"> - Nilai Pasar Perusahaan - Reputasi Perusahaan 		<p>pengaruh positif antara <i>intellectual capital</i> terhadap kinerja keuangan perbankan dan reputasi perusahaan.</p>
5.	Muasiri et al. (2021)	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Intellectual Capital</i> - <i>Corporate Governance</i> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan <p>Variabel moderasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas 	Perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015–2019.	<p>Hasil penelitian menyatakan bahwa <i>intellectual capital</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Sedangkan <i>corporate governance</i> tidak memberikan pengaruh positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa profitabilitas dapat melakukan moderasi pengaruh <i>intellectual capital</i> pada nilai perusahaan, tetapi tidak dapat melakukan moderasi pengaruh <i>corporate governance</i> pada nilai perusahaan.</p>

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.8. Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Belkaoui (2003) mengungkapkan dalam pasar yang efisien, jika *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan lebih tinggi, maka akan menunjukkan nilai pasar yang lebih tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa *intellectual capital* adalah

sumber daya penting dalam menghasilkan keunggulan kompetitif yang diperlukan oleh perusahaan.

Berdasarkan pada teori sumber daya, perusahaan menggunakan modal dan sumber daya mereka, yang di mana salah satu sumber dayanya adalah *intellectual capital*, untuk menciptakan nilai dan meningkatkan kekayaan. *Intellectual capital* merupakan aset tak berwujud yang berupa informasi dan sumber daya informasi untuk membantu meningkatkan daya saing perusahaan. Saat sumber daya perusahaan dapat dikelola dengan optimal maka nilai pada perusahaan juga meningkat.

Penerapan bisnis berbasis pengetahuan menyebabkan penciptaan nilai perusahaan menjadi berubah. Perkembangan perusahaan akan menjadi bergantung pada kemampuan manajemen mengelola sumber daya perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan. Apabila *intellectual capital* menyebabkan nilai perusahaan menjadi makin baik, maka perusahaan yang memiliki *intellectual capital* yang lebih besar akan mendapatkan nilai yang tinggi dari pasar.

Teori tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ousama (2019), Nugrahanto (2018) dan Muasiri et al. (2021) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori yang telah dijelaskan dan hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

H_A = Pengungkapan *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.