

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Ukuran Perusahaan

2.1.1.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2010:4) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

“Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”.

Menurut Hartono (2008:14) ukuran perusahaan (*firm size*) adalah sebagai berikut :

“besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva”.

Kemudian ukuran perusahaan menurut Torang (2012:93) adalah :

“Ukuran organisasi adalah menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan”.

Kemudian menurut Consoladi *et al.* dalam Heni Oktaviani (2014) mengatakan bahwa:

“ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kinerja sosial perusahaan karena perusahaan yang besar mempunyai pandangan yang lebih jauh, sehingga lebih berpartisipasi dalam menumbuhkan kinerja sosial perusahaan”.

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, sehingga mempengaruhi kinerja sosial perusahaan dan menyebabkan tercapainya tujuan perusahaan.

2.1.1.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau

Swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 juta-2.5 M
Usaha Menengah	>10 juta-10 M	2.5 M-50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

2.1.1.3 Jenis-jenis Pengukuran perusahaan

Menurut Yogyanto (2007 :282) pengukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”.

Menurut Harahap (2007 :23) pengukuran ukuran perusahaan adalah :

“Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu”.

Menurut I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016):

“Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang di miliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan”.

Size= Log Total Aktiva

Menurut Taliyang (2011) dalam Lina (2013) Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Skala pengukurannya adalah skala rasio skala Rasio.

Pengukuran variable ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

Ukuran Perusahaan = Ln Total Aktiva

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva

2.1.2 Leverage

2.1.2.1 Definisi *Leverage*

Menurut Agus Sartono (2012:120) leverage sebagai berikut :

“Financial leverage menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100%”.

Adapun menurut Kasmir (2015:151) leverage adalah:

“Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan

dengan aktivitya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)".

kemudian menurut Irham Fahmi (2015:72) *leverage* adalah:

" Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut".

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan atau dalam melakukan kegiatan investasi guna memberikan gambaran terhadap keadaan perusahaan kepada pemegang saham.

2.1.2.2 Jenis-jenis Pengukuran Rasio Leverage

Menurut Agus Sartono (2012:121) ada beberapa jenis pengukuran leverage yaitu :

1. Debt Ratio
2. Debt to Equity Ratio
3. Time Interest Earned Ratio
4. Fixed Charge Coverage
5. Debt Service Coverage"

Berikut penjelasan mengenai beberapa ratio *leverage* sebagai berikut:

1. Debt Ratio

Formula :

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Agus Sartono (2012:121)

Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar risiko yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Rasio yang tinggi juga menunjukkan proporsi modal sendiri yang rendah untuk membiayai aktiva.

2. Debt to Equity Ratio

Formula :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal sendiri}}$$

Agus Sartono (2012:121)

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan perbandingan antara seluruh hutang perusahaan baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi DER menunjukkan semakin besar total utang terhadap total ekuitasnya. *Debt to equity ratio* digunakan untuk mengukur total *shareholders' equity* yang dimiliki perusahaan

3. Time Interest Earned Ratio

Formula :

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

Agus Sartono (2012:121)

Time interest earned ratio, adalah rasio antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan beban bunga. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan karena tidak mampu membayar bunga.

4. Fixed Charge Coverage

Formula :

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}{\text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}$$

Agus Sartono (2012:122)

Fixed charge coverage ratio, mengukur berapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman, dan, sewa. Karena tidak jarang perusahaan menyewa aktivitya dari perusahaan lising dan harus membayar angsuran tertentu.

5. Debt service coverage

Formula :

$$\text{Debt service coverage} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Bunga} + \text{sewa} + \frac{\text{Angsuran Pokok Pinjaman}}{(1 - \text{tarif pajak})}}$$

Agus Sartono (2012:122)

Debt service coverage, mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya termasuk angsuran pokok pinjaman. Jadi sama dengan leverage yang lain, hanya dengan memasukan angsuran pokok pinjaman.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis menggunakan *debt to equity ratio* dalam menentukan tingkat *leverage*. Rasio ini sering digunakan para analis dan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham. Jika nilai DER semakin tinggi maka dapat diasumsikan perusahaan memiliki resiko yang semakin tinggi terhadap kemampuan melunasi hutang jangka pendeknya.

2.1.2.3 Tujuan dan Manfaat Rasio *Leverage*

Menurut Kasmir (2015:153) terdapat beberapa tujuan perusahaan menggunakan rasio leverage yaitu :

1. “Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor),
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga),
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal,
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang,
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva,
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang,
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki, dan
8. Tujuan lainnya”.

Sementara itu menurut Kasmir (2015:154) manfaat rasio *leverage* adalah sebagai berikut :

1. “Untuk menganalisa kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya,
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman dan bunga),
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal,
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang,
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva,
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang,
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri, dan
8. Manfaat lainnya”.

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Agus Sartono (2012:122) profitabilitas adalah:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen”.

Menurut Kasmir (2015:196) profitabilitas adalah :

“Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan”.

Menurut Martono dan Agus Harjito (2014:19) pengertian profitabilitas adalah:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan data tersebut”.

Kemudian profitabilitas menurut Samryn (2013 :417) adalah sebagai berikut :

“Profitabilitas adalah suatu model analisis yang berupa perbandingan data keuangan sehingga informasi keuangan tersebut menjadi lebih berarti”.

Adapun profitabilitas menurut Mahduh Hanafi dan Abdul Halim (2009:83) adalah:

“Profitabilitas yaitu mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu”.

Dari uraian tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas penjualannya guna agar memberikan informasi kepada para pemegang saham.

Menurut Kasmir (2015:197) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu :

1. “Untuk mengukur laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu,
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri,
5. Untuk mengukur produktifitasnya seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri,
6. Untuk mengukur Produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri,
7. Tujuan lainnya”.

Sementara itu, menurut Kasmir (2015:198) manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. “Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu perusahaan,
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang,
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu,
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modals endiri,
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri,
6. Manfata lainnya”.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Pengukuran Rasio Profitabilitas

Beberapa perhitungan rasio profitabilitas menurut Agus Sartono (2012:123)

ada 5(lima) yaitu :

- a. “Gross Profit Margin (marjin laba kotor),
- b. Net Profit Margin (Marjin Laba Bersih),
- c. Return On Assets (ROA)/ROI
- d. Return On Equity (ROE)
- e. Earning Power.”

Berikut penjelasan dari kelima rasio profitabilitas yaitu:

- a. Gross Profit Margin

Menurut Agus Sartono (2012:123) Gross Profit Margin dapat dihitung

menggunakan formula :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

Agus Sartono (21012:123)

Menurut Agus Sartono (2012:123) *gross profit* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan ketika harga pokok penjualan naik maka *gross profit* margin akan menurun dan begitupun sebaliknya.

Adapun Gross Profit Margin Menurut Martono dan Agus Harjito (2014:60) mendefinisikan

“jika *gross profit Margin* adalah perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih”.

Menurut Irham Fahmi (2015:80) *gross profit margin* adalah :

“Presentase dari sisa penjualan setelah sebuah perusahaan membayar barangnya, juga disebut margin keuntungan kotor (*gross profit margin*)”.

b. Net Profit Margin

Menurut Agus Sartono (2012:123) Net profit Margin dapat dihitung menggunakan formula :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak atau laba bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Agus Sartono (2012:123)

Menurut Irham Fahmi (2015:81) Rasio net profit Margin disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan.

Menurut Martono dan Agus Harijito (2014:60) net profit margin adalah:

“Net Profit Margin merupakan ratio antara laba bersih yaitu penjualan sesudah dan dikurangi seluruh expense termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. maka Semakin tinggi net profit Margin, semakin baik operasi suatu perusahaan”.

Menurut Agus Sartono (2012:123) mengenai gross profit margin yaitu:

“Apabila Gross profit margin selama suatu periode tidak berubah sedangkan net profit marginnya mengalami penurunan maka berarti bahwa biaya meningkat relative lebih besar daripada peningkatan penjualan”.

c. Tingkat Pengembalian Aktiva (ROA= Return On Assets)

Menurut Agus Sartono (2012: 123) ROA atau ROI dapat dihitung dengan menggunakan formula :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

Agus Sartono (2012:123)

Menurut Kasmir (2015:201) ROA/ROI merupakan ratio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Maka ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dengan mengelola investasinya.

Kemudian menurut Agus Sartono (2012:123) yaitu :

“Return on investment atau return on assets menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan”.

d. Tingkat Pengembalian Ekuitas (ROE= Return on Equity)

Menurut Agus Sartono (2012:124) ROE dapat dihitung dengan menggunakan formula

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

Agus Sartono (2012:124)

Menurut Agus Sartono (2012:124) ROE yaitu :

“ROE yaitu mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang makin besar maka rasio ini juga akan makin membesar”.

Menurut Agus Harjito dan Martono (2014:61) ROE yaitu :

“*Return on equity* sering disebut rentabilitas modals sendiri dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjajdi hak pemilik modal sendiri”.

Adapun menurut Kasmir (2015:204) ROE sebagai berikut :

“Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri”.

e. Earning Power

Menurut Agus Sartono (2012:124) *earning power* dapat dihitung dengan menggunakan formula :

$$\text{Earning Power} = \frac{\text{penjualan}}{\text{Total aktiva}} \times \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

Agus Sartono (2012:124)

Menurut Agus Sartono (2012:125) mengemukakan bahwa:

“*Earning power* merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang digunakan. Rasio ini juga menunjukkan pula tingkat efisiensi investasi yang nampak pada tingkat perputaran aktiva. Apabila perputaran aktiva meningkat dan *net profit margin* tetap maka *earning power* juga akan meningkat. Dua perusahaan mungkin akan mempunyai *earning power* yang sama meskipun perputaran aktiva dan *net profit margin* keduanya berbeda”.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menggunakan ROA dalam menuntukan profitabilitas Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti, karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi ROA maka semakin baik perusahaan dalam memperoleh laba.

2.1.4 Pengungkapan Intellectual Capital

2.1.4.1 Definisi pengungkapan intellectual capital

Menurut Ihyaul Ulum (2009:148) Pengungkapan *intellectual* adalah :

“Dapat dikatakan bahwa *disclousure intellectual capital* suatu laporan yang dimaksud untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunaan yang dapat memerintahkan persiapan laporan, sehingga dapat memenuhi seluruh kebutuhan mereka”.

Kemudian pengungkapan *intellectual capital* lainnya menurut Ihayul Ulum (2009:148) pengungkapan *intellectual capital* sebagai berikut :

“*Disclosure intellectual capital* dalam suatu laporan keuangan sebagai salah suatu cara untuk mengungkapkan bahwa laporan tersebut menggambarkan aktifitas perusahaan yang kredibel, terpadu (kohesif) serta “*true and fair*”.

Menurut Klaudia Julindra dan Liana Susanto (2015) pengungkapan

Intellectual capital adalah :

“Pengungkapan adalah merupakan cara bagi suatu perusahaan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk *annual report*. Pengungkapan modal intelektual berguna untuk memberikan informasi kepada *stakeholder* sumber daya intelektual yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan dapat meminimalkan asimetri informasi”.

Dari definisi tersebut penulis menyimpulkan bahwa pengungkapan *intellectual capital* adalah suatu laporan yang dimaksud untuk memenuhi kebutuhan informasi yang berguna bagi *stakeholder* tentang aktivitas maupun sumber daya *intellectual* yang dimiliki perusahaan sehingga mengurangi asimetri informasi.

Adapun yang dimaksud dengan *ntellectual capital* sendiri adalah

Menurut Ihyaul Ulum (2009:23) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai berikut :

“Seringkali *intellectual capital* didefinisikan sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, proses atau teknologi yang mana perusahaan dapat menggunakannya dalam proses penciptaan nilai bagi perusahaan”.

Menurut *Organisation for Economic Cooperation and Depelopment* (1999) dalam Ihyaul Ulum (2009:21) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai berikut :

“*Intellectual Capital* sebagai nilai ekonomi dari dua kategori aset tak berwujud”.

Adapun menurut Jessica Oktavia s. Jacob (2012) *intellectual capital* yaitu :

“*Intellectual capital* merupakan sumber kekuatan perusahaan untuk bersaing sehingga mencapai keunggulan kompetitif. Perusahaan yang dapat mengelola *intellectual capital*-nya dengan baik, akan meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan tersebut”.

Menurut Stewart (1997) dalam Indrie Handayani (2015) *intellectual capital* adalah :

“modal intelektual sebagai materi intelektual yaitu pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual, pengalaman yang digunakan untuk menciptakan kesejahteraan”.

Dari uraian tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa *intellectual capital* adalah pengetahuan, karyawan, teknologi, maupun pelanggan yang digunakan oleh perusahaan dalam penciptaan nilai dan agar mampu bersaing sehingga mencapai keunggulan kompetitif.

2.1.4.2 Faktor-faktor Pengungkapan *Intellectual Capital*

Perusahaan-perusahaan melakukan pengungkapan *intellectual capital* karena berbagai alasan. Menurut Widjanarko (2006) dalam Heni Oktaviani dan Wahidahwati (2014) lima alasan perusahaan-perusahaan melaporkan *intellectual capital* yaitu sebagai berikut:

1. “Pelaporan *intellectual capital* dapat membantu organisasi merumuskan strategi bisnis. Dengan mengidentifikasi dan mengembangkan *intellectual capital* suatu organisasi untuk mendapatkan *competitive advantage*;
2. Pelaporan *intellectual capital* dapat membawa pada pengembangan indikator-indikator kunci prestasi perusahaan yang akan membantu mengevaluasi hasil-hasil pencapaian strategi;

3. Pelaporan *intellectual capital* dapat membantu mengevaluasi merger dan akuisisi perusahaan, khususnya untuk menentukan harga yang dibayar oleh perusahaan pengakuisisi;
4. Menggunakan pelaporan *intellectual capital nonfinancial* dapat dihubungkan dengan rencana intensif dan kompensasi perusahaan. Alasan pertama sampai dengan keempat, merupakan alasan internal dari perusahaan dalam melaporkan *intellectual capital*;
5. Alasan ini merupakan alasan eksternal perusahaan yaitu mengkomunikasikan pada *stakeholder* eksternal tentang *intellectual property* yang dimiliki perusahaan”

2.1.4.3 Indeks Pengungkapan Intellectual Capital

Tabel 2.2
Indeks Pengungkapan *intellectual capital*

<i>General Items</i>	<i>Human Capital</i>	<i>Structural Capital</i>	<i>Relational Capital</i>
<i>Economic Value Added</i>	<i>Employee Expertise</i>	<i>Structural Capital</i>	<i>Relational Capital</i>
<i>Intellectual Capital</i>	<i>Employee Know-How</i>	<i>Intelligence Property</i>	<i>Supplier Knowledge</i>
<i>Intellectual Resources</i>	<i>Employee Knowledge</i>	<i>Organizational Culture</i>	<i>Customer Knowledge</i>
<i>Intellectual Material</i>	<i>Employee Productivity</i>	<i>Cultural Diversity</i>	<i>Customer Capital</i>
<i>Intellectual Asset</i>	<i>Employee Skill</i>	<i>Corporate Learning</i>	<i>Company Reputation</i>
<i>Knowledge Stock</i>	<i>Employee Value</i>	<i>Organizational Learning</i>	
<i>Knowledge Asset</i>	<i>Human Capital</i>	<i>Corporate University</i>	
<i>Business Knowledge</i>	<i>Human Asset</i>	<i>Knowledge Sharing</i>	
<i>Competitive Intelligence</i>	<i>Human Value</i>	<i>Management Quality</i>	
	<i>Expert Team</i>	<i>Knowledge Management</i>	
		<i>Expert Network</i>	
		<i>Information System</i>	

Sumber: Bruggen at al., (2009)

Tabel 2.3
Indeks Pengungkapan *Intellectual Capital*

Item	Kode
<i>Employee (27 item) :</i>	
<i>Employee breakdown by age</i>	E1
<i>Employee breakdown by seniority</i>	E2
<i>Employee breakdown by gender</i>	E3
<i>Employee breakdown by rationality</i>	E4
<i>Employee breakdown by department</i>	E5
<i>Employee breakdown by job function</i>	E6
<i>Employee breakdown by level of education</i>	E7
<i>Rate of employee turnover</i>	E8
<i>Comments of changes in the number of employees</i>	E9
<i>Comment on employee health and safety</i>	E10
<i>Employee absenteeism rate</i>	E11
<i>Discussion of employee interviews</i>	E12
<i>Statements of policy on competency development</i>	E13
<i>Description of competency development programs and activities</i>	E14
<i>Education and training expense</i>	E15
<i>Education and training expense by number of employees</i>	E16
<i>Employee expense by number of employees</i>	E17
<i>Recruitment policies of the firm</i>	E18
<i>Separate indication firm has a HRM department, division or function</i>	E19
<i>Job rotation opportunities</i>	E20
<i>Career opportunities</i>	E21
<i>Remuneration and incentive system</i>	E22
<i>Pensions</i>	E23
<i>Insurance policies</i>	E24
<i>Statements of dependence on key personnel</i>	25
<i>Revenue per employee</i>	26
<i>Value added per employee</i>	27
<i>Customers (14 items)</i>	
<i>Number of customers</i>	C1
<i>Sales breakdown by customer</i>	C2
<i>Annual sales per segment or product</i>	C3
<i>Average purchase size by customer</i>	C4

<i>Dependence on key customers</i>	C5
<i>Description of customers involvement in firm's operations</i>	C6
<i>Description of customer relations</i>	C7
<i>Education/training of customers</i>	C8
<i>Ratio of customers of employees</i>	C9
<i>Value added per customer or segment</i>	C10
<i>Absolute market share (per cent) of the firm within its industry</i>	C11
<i>Relative market share (not expressed as percentage) of the firm</i>	C12
<i>Market share (per cent) breakdown by country, segment, product</i>	C13
<i>Repurchases</i>	C14
<i>Informatin technology (IT) (5 items)</i>	
<i>Description of investments in IT</i>	IT1
<i>Description of existing IT systems</i>	IT2
<i>Software assets held or developed by the firm</i>	IT3
<i>Description of IT facilities</i>	IT4
<i>IT expense</i>	IT5
<i>Process (8 items)</i>	
<i>Information and communication within the company</i>	P1
<i>Effects related to the working environment</i>	P2
<i>Working from home</i>	P3
<i>Internal sharing of knowlodge and information</i>	P4
<i>External sharing of knowlodge and information</i>	P5
<i>Measure of internal or external processing failures</i>	P6
<i>Discussion of fringe benefits and company social programs</i>	P7
<i>Environmental approvals and statements/ policies</i>	P8
<i>Research and development (R&D) (9 items)</i>	
<i>Statements of policy, strategy and/ or objectives of R&D activities</i>	RD1
<i>R&D expense</i>	RD2
<i>Ratio of R&D expense to sales</i>	RD3
<i>R&D invested into basic research</i>	RD4
<i>R&D invested into product design and development</i>	RD5
<i>Details of future prospects regarding R&D</i>	RD6
<i>Details of existing company patents</i>	RD7
<i>Number of patents and licenses, etc.</i>	RD8
<i>Information on pending patents</i>	RD9
<i>Strategic statement (15 items)</i>	
<i>Description of new production technology</i>	SS1
<i>Statements of corporate quality performance</i>	SS2
<i>Information about strategic alliances of the firm</i>	SS3
<i>Objectives and reason for strategic alliances</i>	SS4
<i>Comments on the effects of the strategic alliances</i>	SS5

<i>Description of the network of the supplier and distributors</i>	SS6
<i>Statements of image and brand</i>	SS7
<i>Corporate culture statements</i>	SS8
<i>Statements about best practies</i>	SS9
<i>Organisational structure of the firm</i>	SS10
<i>Utilazition of energy, raw materials and other input goods</i>	SS11
<i>Investment in the environment</i>	SS12
<i>Description of community involvement</i>	SS13
<i>Information on corporate social responsibility and objective</i>	SS14
<i>Description of employee constructs/contractual issues</i>	SS15

Ihyaual Ulum. (2009)

Penelitian ini menggunakan *Intellectual capital disclosure index*. Penelitian ini menggunakan 78-item *disclosure index* yang dikembangkan oleh Bukh et al. *Disclosure index* adalah metode penilaian fakta-fakta informasi pengungkapan dengan menggunakan skor 1 jika “ya” atau 0 jika “tidak” untuk tiap-tiap item.

$$\text{Score} = \left(\sum_{i=1}^m \frac{di}{m} \right) \times 100\%$$

Ihyaual Ulum (2009:189)

Dimana :

Di = pengungkapan item-item modal intelektual

M= Total Jumlah yang diukur

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Definisi Nilai Perusahaan

Menurut Agus Martono dan Harjito (2010: 34) nilai perusahaan sebagai berikut :

“Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan”.

Adapun menurut Irham Fahmi (2015:82) nilai perusahaan adalah :

“Rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang”.

Kemudian menurut Agus Sartono (2012:9) nilai perusahaan adalah :

“Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat”.

Menurut Maya Septiyuliana (2016) nilai adalah :

“ Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, bahwa dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan”.

Berdasarkan definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan ukuran dari pemegang saham yang dikaitkan dari harga saham suatu perusahaan. Jika harga saham tinggi maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

2.1.5.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Menurut I Made Sudana (2011:7) teori-teori dibidang keuangan memiliki satu focus, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*wealth of the stareholders*). Tujuan Normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan(*market value of firm*). Bagi perusahaan yang sudah go public, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena :

1. “Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang,
2. Mempertimbangkan factor risiko,
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas daripada sekedar laba menurut pengertian akuntansi,
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab social”.

2.1.5.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Rasio ini memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini menurut Irham Fahmi (2013:138) adalah sebagai berikut:

1. *Earning per share (EPS)*
2. *Price Earning Ratio (PER) atau Rasio Harga Laba*
3. *Price Book Value (PBV)*

Adapun penjelasan dari rasio penilaian ini adalah sebagai berikut :

1. Earning Per Share (EPS)

Earning Per share atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.

Rumus *Earning per Share* adalah :

$$\text{EPS} = \frac{\text{EAT}}{\text{JSB}}$$

Irham Fahmi (2015:138)

Keterangan :

EPS = *Earning Per Share*

EAT = *Earning After Tax* atau pendapatan setelah laba

Jsb = Jumlah saham yang beredar

2. Price Earning Ratio (PER) atau Rasio Harga Laba

Price Earning ratio (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham).

Bagi para investor semakin tinggi *price earning ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga mengalami kenaikan.

Rumus *Price Earning ratio* adalah :

$$\text{PER} = \frac{\text{MPS}}{\text{EPS}}$$

Irham Fahmi (2015:138)

Keterangan :

PER = Price Earning Ratio

MPS = *Market Price Per Sahre* atau Harga pasar per saham

EPS = *Earning Per Share* atau Laba Per saham

3. Price Book Value

Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan.

Rumus *Price Book value* dinyatakan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{MPS}{BPS}$$

Irham Fahmi (2015:139)

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price Per Share* atau Harga Pasar per saham

BPS = *Book Price per share* atau nilai buku per saham

Dalam hal ini peneliti menggunakan Price to book value dalam menentukan nilai pasar. semakin tinggi nilai P/BV suatu saham mengindikasikan persepsi pasar yang berlebihan terhadap nilai perusahaan dan sebaliknya jika P/BV rendah, maka diartikan sebagai sinyal good investment opportunity dalam jangka panjang.

Tabel 2.4
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Pengarang	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Djoko Suhardjanto (2010)	Praktik Intellectual Capital Disclosure Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel ukuran (size) perusahaan (TA) dan profitabilitas (ROA) memiliki nilai signifikansi (p-value) masing-masing di bawah 0,05, yang menunjukkan bahwa kedua variabel ini berpengaruh signifikan terhadap keluasan intellectual capital disclosure. Koefisien kedua variabel tersebut bernilai Positif. Untuk variabel leverage, length of listing on BEI, ownership structure, komposisi komisaris independen bukanlah merupakan

			predictor yang baik terhadap intellectual capital disclosure (ICD).
2.	Wahyu Widarjo (2011)	Pengaruh Modal Intelektual Dan Pengungkapan Modal Intelektual Pada Nilai Perusahaan Yang Melakukan <i>Initial Public Offering</i>	modal intelektual yang diukur dengan VAICTM tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasar, dalam hal ini calon investor tidak memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap perusahaan yang memiliki modal intelektual yang tinggi. Kesimpulan kedua adalah pengungkapan modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan setelah penawaran umum saham perdana. Semakin tinggi pengungkapan modal intelektual maka semakin tinggi nilai perusahaan.
3.	Jessika Oktavia S. Jacob (2012)	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Dan Pengungkapannya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Farmasi Di Bei)	<i>intellectual capital</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan <i>intellectual capital</i> merupakan sumber kekuatan perusahaan untuk bersaing dalam mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, pengungkapan <i>intellectual capital</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan pengungkapan <i>intellectual capital</i> menjadi pendorong utama bagi penciptaan nilai perusahaan.
4.	Ana Lúcia Ferreira (2012)	Factors influencing intellectual capital disclosure by Portuguese companies	hasil penelitian menunjukan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i> . Sedangkan leverage, profitabilitas,

			<p>konsentrasi kepemilikan, dan tingkat modal intelektual) tidak signifikan dalam menjelaskan ICD oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar Portugis.</p>
5.	<p>Heni Oktavianti dan Wahidahwati (2014)</p>	<p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i></p>	<p>ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap kekeluasaan pengungkapan <i>intellectual capital</i> dengan nilai koefisien regresi sebesar 8,306 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.</p> <p>umur perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i> dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,403 dan nilai signifikansi sebesar 0,003.</p> <p><i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i> dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,122 dan nilai signifikansi sebesar 0,942.</p> <p>tingkat profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i> dengan nilai koefisien regresi sebesar 4,815 dan nilai signifikansi sebesar 0,007.</p>
6.	<p>Annisa Iddiani Utomo dan Anis Chariri (2015)</p>	<p>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Modal Intelektual dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan</p>	<p>Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima sehingga semakin besar suatu ukuran perusahaan, maka semakin banyak pula informasi modal intelektual yang diungkapkan perusahaan. kedua menunjukkan hasil yang negatif dan tidak signifikan. Hal tersebut memberikan arti bahwa besar kecilnya <i>leverage</i></p>

			<p>perusahaan tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan modal intelektual perusahaan. Kemudian Hasil pengujian hipotesis ketiga memperlihatkan pengaruh hubungan antara jenis industri dan pengungkapan modal intelektual. menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif antara jenis industri dan pengungkapan modal intelektual dengan tingkat signifikansi. Pengujian hipotesis yang terakhir menunjukkan bahwa variabel pengungkapan modal intelektual berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikan.</p>
7.	Soraya Faradina (2015)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i> Pada Perusahaan <i>Property</i> Dan <i>Real Estate</i>	<p>Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i>. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i>. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i>. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>intellectual capital</i>.</p>
8.	Klaudia Julindra dan Liana Susanto (2015)	Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Dan Umur <i>Listing</i> Terhadap Pengungkapan Modal Intelektual Pada Perusahaan	<p>Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual. <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual. Umur <i>listing</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual</p>

		Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Pada Tahun 2012-2014	
9.	Rima Aprisa (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Tipe Auditor Dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Modal Intelektual (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Indeks Kompas 100 Tahun 2014 Bursa Efek Indonesia)	<p>1. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan modal intelektual dengan nilai $t_{hitung} 2,334 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,022 < 0,05$.</p> <p>2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan modal intelektual dengan nilai $t_{hitung} 0,837 < t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,405 > 0,05$.</p> <p>3. Tipe auditor berpengaruh terhadap pengungkapan modal intelektual dengan nilai $t_{hitung} 3,937 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.</p> <p>4. Tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan modal intelektual dengan nilai $t_{hitung} 2,941 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,004 < 0,05$.</p>
10.	Maya Septiyuliana (2016)	Pengaruh modal intelektual dan pengungkapan modal intelektual pada nilai perusahaan yang melakukan <i>initial public offering</i> .	<p>Modal intelektual yang diukur dengan VAICTM tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa pasar, dalam hal ini calon investor tidak memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap perusahaan yang memiliki modal intelektual yang tinggi.</p> <p>Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah umur perusahaan dan ukuran perusahaan dalam hal ini umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan artinya ukuran</p>

			perusahaan memiliki hubungan yang tinggi terhadap nilai perusahaan sehingga ukuran perusahaan mampu mendukung nilai perusahaan maka dalam hal ini ukuran perusahaan lebih baik digunakan sebagai variabel independen.
--	--	--	---

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penyusunan paradigma penelitian dalam skripsi mengenai konsep yang diangkat oleh penulis yang berisi tentang variable bebas (independen), baik tunggal maupun jamak dalam kaitannya dengan variable terikat (dependen). Sehingga hasil intepretasi variable bebas (X) dapat mempengaruhi nilai variable terikat (Y), perubahan nilai variable dependen dimaksudkan agar dapat menemui titik cerah bagi peneliti sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat.

2.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Intellectual Capital*

Semakin besar suatu perusahaan maka semakin tinggi pula pengungkapan yang seharusnya perusahaan lakukan. Menurut Ihyaul Ulum (2009:200) Setidaknya ada empat argument yang dapat menjelaskan mengapa perusahaan besar lebih mungkin untuk mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Pertama perusahaan besar lebih dimungkinkan mempunyai biaya produksi informasi atau biaya kerugian persaingan lebih rendah daripada perusahaan yang kecil. Kedua perusahaan besar dimungkinkan mempunyai dasar pemilikan yang lebih luas, sehingga diperlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan dari pemegang saham. Ketiga, perusahaan besar lebih mungkin merekrut sumber daya manusia dengan kualifikasi yang tinggi, yang diperlukan untuk menerapkan sistem pelaporan yang canggih. Keempat, manajer perusahaan yang lebih kecil tampaknya percaya bahwa semakin banyak informasi yang diungkapkan dapat membahayakan potensi kompetitif perusahaan.

Perusahaan dituntut untuk mengungkapkan secara luas informasi tentang perusahaannya. Dengan adanya pengungkapan informasi yang jelas tentunya akan sangat berguna bagi pihak yang berkepentingan, terutama bagi investor. Selain itu, tentunya akan sangat berguna bagi *stakeholder* guna prospek dalam menciptakan dan mewujudkan nilai perusahaan yang tinggi dimasa yang akan datang.

Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Iddiani Utomo Anis Chariri (2015). Semakin besar suatu perusahaan menunjukkan semakin besar pula penilaian para

stakeholder pada perusahaan. Kemudian Penelitian yang dilakukan Rima Aprisa (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan modal intelektual. Selain itu Heni Oktaviani dan Wahidahwati (2014) ukuran perusahaan merupakan prediktor yang mempengaruhi tingkat sosial ekonomis yang juga besar terhadap lingkungannya, sehingga lebih menjadi sorotan stakeholders. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk semakin banyak mengungkapkan informasi, termasuk informasi tentang *intellectual capital*. Sehingga menurut penelitian Annisa Iddiani Utomo Anis Chariri (2015), Rima Aprisa (2016), Heni Oktaviani dan Wahidahwati (2014) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *intellectual capital*.

2.2.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Intellectual Capital*

leverage yang tinggi menuntut perusahaan dalam penyampaian informasi yang sebesar-besarnya terutama kepada pihak kreditur. Menurut Ihyaul Ulum (2009:201) perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang sehingga perusahaan akan menyediakan informasi yang lebih komprehensif.

Penelitian yang dilakukan Klaudia Julindra dan Liana Susanto (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak yang membutuhkan karena ingin dipandang bahwa perusahaan tersebut kredibel. Dengan demikian, perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan cenderung mengungkapkan lebih banyak

tentang intellectual capital di dalam annual report dibandingkan perusahaan dengan leverage yang rendah. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Ana Lúcia Ferreira menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan cenderung dikenakan biaya agensi yang lebih tinggi pula, untuk itu mereka berusaha mengurangi biaya tersebut dan asimetri informasi dengan cara mengungkapkan informasi kepada kreditur. Selain itu menurut Soraya (2015) menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *intellectual capital*.

2.2.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Intellectual Capital*

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasi merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan. Menurut Ana Lúcia Ferreira (2012) menyatakan bahwa hubungan positif antara pengungkapan dan profitabilitas dapat dibenarkan atas dasar dua argumen teoritis. Pertama, seperti yang disarankan oleh teori keagenan, kinerja yang lebih tinggi membuat lebih mudah bagi manajer untuk meyakinkan para pemegang saham tentang kemampuan manajerial mereka. Mereka cenderung menggunakan pengungkapan sukarela untuk memperoleh kepercayaan dari investor, yang dapat tercermin dalam kompensasi yang lebih tinggi. Kedua, perusahaan menguntungkan memiliki insentif untuk mengungkapkan informasi lebih banyak untuk menyaring diri dari perusahaan yang kurang menguntungkan. Selain itu, manajer perusahaan memiliki insentif untuk menggunakan informasi untuk mendapatkan keuntungan pribadi seperti kelanjutan dari posisi mereka.. Menurut Rima Aprisa (2016) Perusahaan yang memiliki

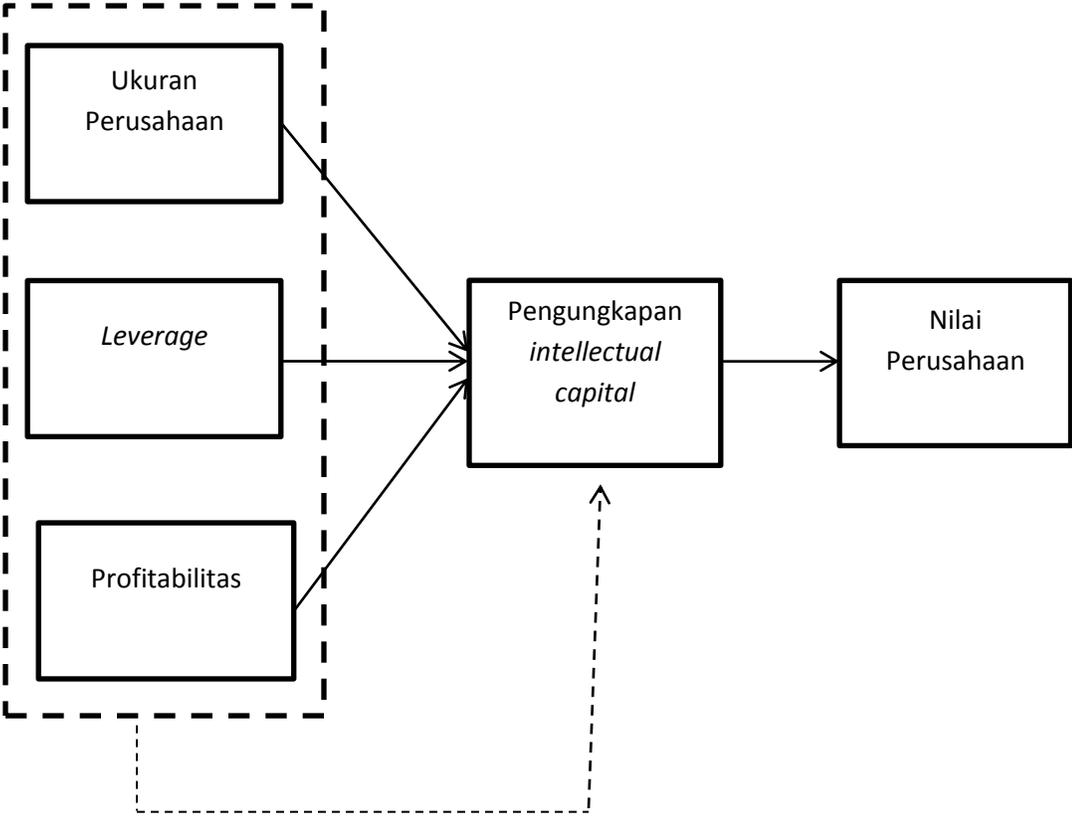
profitabilitas tinggi dapat menggunakan pengungkapan modal intelektual untuk membedakannya dengan perusahaan lain yang kurang menguntungkan. Penelitian yang dilakukan oleh Djoko Suhardjanto (2010) semakin tinggi tingkat profitabilitas akan semakin lebih banyak mengungkapkan informasi sukarela ke publik. Karena semakin besar dukungan finansial perusahaan akan semakin banyak pengungkapan informasi termasuk *intellectual capital disclosure*. Profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan perusahaan artinya semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin banyak pula *intellectual capital disclosure*.

2.2.4 Pengaruh Pengungkapan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Peningkatan nilai perusahaan dapat terjadi apabila perusahaan secara sukarela mengungkapkan *intellectual capital*. *Intellectual capital* atau modal intelektual merupakan aset tak berwujud yang bersifat unik, karena setiap perusahaan memiliki keunikan tersendiri. Menurut Jessica Oktavia S. Jacob (2012) pengungkapan *intellectual capital* menjadi pendorong utama bagi penciptaan nilai perusahaan. Tingkat pengungkapan informasi yang tinggi akan mengarahkan investor untuk merevisi penilaian mereka terhadap harga saham perusahaan dan meningkatkan likuiditas sahamnya, serta menciptakan nilai institusi tambahan dan meningkatkan ketertarikan para analisis akan surat berharga. Adapun menurut Wahyu Widarjo (2011) pengungkapan modal intelektual yang makin tinggi akan memberikan informasi yang kredibel atau dapat dipercaya, dan akan mengurangi kesalahan investor dalam mengevaluasi harga saham perusahaan, sekaligus meningkatkan

kapitalisasi pasar. Kemudian menurut Maya Septiyuliana(2016) Tingkat pengungkapan informasi yang tinggi akan mengarahkan investor untuk merevisi penilaian mereka terhadap harga saham perusahaan dan meningkatkan likuiditas sahamnya, serta menciptakan nilai institusi tambahan dan meningkatkan ketertarikan para analisis akan surat berharga.

Adapun gambar kerangka pemikiran dari uraian diatas adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1. Terdapat pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas, secara parsial terhadap pengungkapan *intellectual capital*

- a. Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan intellectual capital.
- b. Terdapat pengaruh leverage terhadap pengungkapan intellectual capital.
- c. Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan intellectual capital.

Hipotesis 2. Terdapat pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas secara simultan terhadap pengungkapan intellectual capital.

Hipotesis 3. Terdapat pengaruh pengungkapan intellectual capital terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 4. Terdapat pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas, terhadap pengungkapan *intellectual capital* dan dampaknya terhadap nilai perusahaan