

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2017). Menurut (Mulyadi, 2015) kinerja perusahaan sebagai keberhasilan perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai sasaran-sasaran strategik yang telah ditetapkan melalui inisiatif strategik pilihan. Kinerja perusahaan diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk meraih tujuannya melalui pemakaian sumber daya secara efisien dan efektif dan menggambarkan seberapa jauh suatu perusahaan mencapai hasilnya setelah dibandingkan dengan kinerja terdahulu *previous performance* dan kinerja organisasi lain *benchmarking*, serta sampai seberapa jauh meraih tujuan dan target yang telah ditetapkan (Muhammad, 2016:14). Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi (Wibowo, 2016:7 dalam Tahaka, 2019).

Dari berbagai definisi kinerja di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan *performance* atau penampilan atau hasil kerja seseorang maupun organisasi dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan serta dapat diukur dengan standar yang telah ditetapkan selama periode tertentu.

Tabel 1.1 Tabel Total *Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, ROA*

TAHUN	IC	CSR	ROA
2018	10,15%	73,61%	9,86%
2019	10,92%	76,39%	11,91%
2020	10,89%	77,89%	8,39%

Pada tabel diatas diketahui bahwa dari tahun 2018 – 2020 Total *Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, ROA* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami kenaikan maupun penurunan.

Perolehan rata-rata *Intellectual Capital* pada perusahaan *food and beverage* pada tahun 2018 sebesar 10,15%, pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 10,92% dan pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 10,89%.

Perolehan rata-rata *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *food and beverage* pada tahun 2018 sebesar 73,61%, pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 76,39% dan pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 77,89%.

Perolehan rata-rata ROA pada perusahaan *food and beverage* pada tahun 2018 sebesar 9,86%, pada tahun 2019 sebesar 11,91% dan pada tahun 2020 sebesar 8,39%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan ROA mengalami kenaikan di tahun 2019 akan tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 mampu memanfaatkan aset yang dimilikinya. Akan tetapi pada tahun 2020 perusahaan belum mampu memanfaatkan aset yang dimilikinya sehingga mengalami penurunan dalam menghasilkan keuntungan sehingga kinerja manajemennya dipandang belum efisien.

Penurunan kapasitas produksi serta penggunaan tenaga kerja pada perusahaan manufaktur disebabkan karena perusahaan hanya berfokus kepada aset berwujud saja. Pada saat ini perekonomian dikendalikan oleh ilmu pengetahuan dan informasi yang mengubah dasar industri, dalam produksi dan jasa industri sekarang berfokus kepada aset tidak berwujud. Perusahaan yang berbasis pengetahuan memiliki karyawan-karyawan yang mempunyai keterampilan, keahlian serta daya inovasi yang tinggi. Dengan

adanya basis pengetahuan, investasi perusahaan terhadap aset berwujud menjadi semakin kecil dibandingkan aset tidak berwujud yang mendapat alokasi investasi yang lebih besar. Semakin meningkatnya investasi perusahaan pada aset tidak berwujud maka semakin besar kesadaran perusahaan terhadap pentingnya *Intellectual Capital* (Pramudita, 2017).

Dalam era manajemen yang berdasarkan pengetahuan sekarang, selain perusahaan mengembangkan aset berwujud dan aset tidak berwujudnya perusahaan juga harus peduli dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi bagian yang sangat penting dalam dunia bisnis. Masalahnya bukanlah mengenai apakah perusahaan akan terlibat dalam aktivitas yang bertanggung jawab secara sosial, tetapi bagaimana perusahaan akan terlibat. Bagi sebagian besar perusahaan, tantangannya adalah bagaimana cara terbaik untuk memperoleh manfaat sosial maksimal dari sejumlah tertentu sumber daya yang tersedia untuk proyek-proyek sosial (Pearce dan Robinson, 2018:71).

Menurut Abidin (2016), *Intellectual Capital* masih belum dikenal secara luas di Indonesia. Ini disebabkan, perusahaan-perusahaan di Indonesia lebih memilih menggunakan modal konvensional dalam membangun bisnisnya sehingga produk yang dihasilkannya masih miskin kandungan teknologi. Di Indonesia sendiri jika diamati banyak

merek terkenal yang tidak memproduksi sendiri produk yang dijualnya. Perusahaan-perusahaan tersebut pada dasarnya menjual merek, ini disebabkan karena masih sedikitnya perhatian perusahaan terhadap *Intellectual Capital* dengan ketiga komponennya yaitu human capital, struktural capital, dan customer capital.

Di Indonesia, *Intellectual Capital* mulai berkembang setelah munculnya PSAK No.19 tentang aktiva tidak berwujud. Menurut PSAK No. 19, aktiva tidak berwujud adalah aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif (IAI, 2017).

Sampai saat ini pengukuran *Intellectual Capital* sendiri masih terus berkembang sehingga belum adanya standar khusus bagi pengukuran ini. Pulic (2016) tidak mengukur secara langsung *Intellectual Capital* perusahaan, tetapi menawarkan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah yang merupakan hasil dari kemampuan intelektual perusahaan (*Value Added Intellectual Coefficient – VAIC™*). Tujuan utama dalam ekonomi yang berbasis pengetahuan adalah untuk menciptakan nilai tambah (*value added*). Sedangkan untuk dapat menciptakan *value added* dibutuhkan ukuran yang tepat tentang *physical capital* (yaitu dana-dana keuangan) dan intellectual potential (direpresentasikan oleh karyawan dengan segala potensi dan

kemampuan yang melekat pada mereka). VAIC™ menunjukkan bagaimana sumber daya perusahaan, yaitu physical capital (VACA – *value added capital employed*), human capital (VAHU – *value added human capital*), dan structural capital (STVA – *structural capital value added*) telah secara efisien dimanfaatkan oleh perusahaan.

Pemerintah negara Indonesia yang sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan, menerbitkan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya pasal 74 ayat 1 yang menyatakan bahwa, Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dan UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan hidup (UU PPLH), pembangunan berkelanjutan merupakan pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang. (Rosiliana et al, 2017).

Menurut Hadi (2018) *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat di mata masyarakat. Jadi masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laku produk perusahaan di pasaran maka laba (profit) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profit akan dapat menarik investor, karena *profitabilitas* menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Kusumadilaga, 2017). Hal ini akan secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Dari penjelasan diatas menunjukkan adanya pengaruh antara *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan. Dimana *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dalam pemanfaatan aktiva berwujud dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dalam strategi pemasaran dengan lebih memperhatikan lingkungan sekitar

Dalam penelitian ini kinerja perusahaan diukur menggunakan rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)*. Beberapa hasil penelitian terdahulu masih terdapat ketidak konsistenan atas faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan sehingga perlu diuji ulang dengan sampel dan periode

yang berbeda. Pengujian ulang ditujukan untuk meyakini bahwa faktor-faktor tersebut benar-benar berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dimana dapat pula digunakan sebagai indikator dan informasi bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi saham.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Desi Cahyaningsih dan Made Cahyani, I G.A.N Budiasih (2019), menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Desi Purnaningsih (2018) dan Ni Putu Sari, I Dewa, Putu Edy (2020) ,menunjukkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* secara signifikan positif terhadap kinerja perusahaan.

Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi Eka Agustiana dan Mayasari (2020) dan Marisa Fajri Rizkiyah (2019), menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Winnie Eveline (2017), Made Cahyani, I G.A.N Budiasi (2019), Desi Cahyaningsih dan Edwin Wibisono, Rosinta (2019), menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kinerja keuangan yang diprosikan dengan *Return On Asset (ROA)*.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas dan beberapa bukti empiris hasil penelitian terdahulu sebagaimana diuraikan dimuka masih ditemukan perbedaan hasil maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility terhadap* Kinerja perusahaan yang diproksikan dengan *Return On Asset* , sehingga peneliti mengambil judul “ **Pengaruh *Intellectual Capital* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan *Food and beverage* Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020.** “

B. Batasan Masalah

Karena luasnya ruang lingkup dan waktu yang terbatas, maka penulis membatasi masalah hanya mengenai *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Perusahaan yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) pada perusahaan manufaktur *Food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2018-

2020?

2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
3. Apakah *Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* secara bersama-sama terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penelitian, penulis bagi menjadi lima bab sesuai dengan sistematika penulisan skripsi berdasarkan buku Panduan Penulisan Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia. Tiap bab terdiri dari beberapa sub bab dengan perincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan dalam bab ini terfokus pada pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan beberapa penjelasan tentang teori-teori yang berasal dari beberapa tokoh ekonomi yang berhubungan dengan pembahasan *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, kinerja perusahaan (ROA), penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis serta gambaran dari penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengutarakan tentang metode penelitian yang di dalamnya terdapat jenis penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan teknik pengambilan sampel, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan sejarah singkat objek penelitian, deskripsi data penelitian, deskripsi data variabel, analisis hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini terdiri dari simpulan dari hasil penelitian dan pembahasan sesuai dengan hipotesis yang telah dikemukakan yaitu jawaban dari rumusan masalah serta saran terhadap apa yang menjadi simpulan untuk mendapat perhatian lebih lanjut.