

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan dapat dianggap indikator utama dalam evaluasi kinerja perusahaan dan menjadi salah satu elemen signifikan bagi perusahaan dan investor (Ni et al., 2020). Dalam persaingan global saat ini hampir semua konsumen memilih produk yang terpercaya dan tentunya memiliki persona yang baik terlebih pada produk sektor konsumsi. Selain sebagai kebutuhan primer, makanan dan minuman juga telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia. Demi memenuhi kebutuhan konsumen akan barang konsumsi, produsen perlu memberikan kepercayaan bahwa produknya layak dikonsumsi. Oleh karena itu produsen makanan dan minuman perlu memperhatikan nilai perusahaannya untuk dimaksimalkan agar tercapai tujuan utama perusahaan. Perusahaan yang mengutamakan nilai pasar yang baik akan dapat memperoleh keberlanjutan usaha yang lebih lama dibandingkan dengan kompetitornya. Perusahaan sektor konsumsi termasuk salah satu perusahaan yang rata-rata harga sahamnya tinggi dan berfundamental baik karena pada saat pandemi covid 2019 perusahaan sektor ini juga dapat bertahan serta termasuk industri yang bertumbuh stabil. Salah satu fenomena baru-baru ini di Singapura, Hongkong, dan Taiwan terdapat produk mie instan yang ditarik dari peredaran diduga karena terdapat kontaminasi kandungan pestisida, dan etilen oksida yang dapat memicu kanker serta merusak kesehatan (Adhi, 2022). Sentimen masyarakat dari penemuan tersebut dapat membuat nilai perusahaan jadi turun sehingga menarik untuk diteliti. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi baik buruknya nilai perusahaan dapat dilihat dari profitabilitasnya, modal intelektual, dan juga tata kelola perusahaannya.

Sektor barang konsumsi harus selalu mengikuti zaman dengan mengutamakan kreativitas dan inovasi agar dapat bersaing di pasar. Terdapat banyak aset tak berwujud dalam perusahaan sektor konsumsi seperti resep rahasia, hak paten, *trademark* atau *branding* yang termasuk dalam modal intelektual. Salah satu komponen penting yang berkontribusi dalam meningkatkan kinerja yakni modal intelektual (IC) (Nadeem et al., 2017). Dalam menghadapi persaingan global yang luas, banyak penelitian telah mengakui bahwa modal intelektual memiliki kekuatan yang luar biasa untuk membantu perusahaan mencapai pertumbuhan ekonomi (Mehralian et al., 2012). Sardo & Serrasqueiro (2018) mengatakan modal intelektual telah diakui menjadi sumber inovasi, pertumbuhan, dan keunggulan yang kompetitif dalam dunia perekonomian yang berbasis pada pengetahuan. Pada umumnya modal intelektual menjadi kunci penting sebagai peran dalam proses penciptaan kekayaan termasuk kompetensi dan semua keterampilan yang dimiliki karyawan untuk penciptaan nilai perusahaan (Smriti & Das, 2018). Banyak penelitian mengungkapkan bahwa modal intelektual sangat penting dan memberikan dampak yang positif baik tidak langsung maupun secara langsung terhadap nilai perusahaan, melalui reputasi perusahaan dan juga profitabilitas (Ovechkin et al., 2020). Kualifikasi pada IC sebagai aset strategis perusahaan ada pada potensi hubungan antara IC dalam satu sisi dan kinerja perusahaan pada sisi yang lainnya (Widowati & Pradono, 2017). Pulic (2004) menegaskan bahwa terdapat peran dari modal intelektual untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi, Agusta & Radianto (2019); dan Halim & Wijaya (2020) mengungkapkan modal intelektual ternyata negatif dalam memengaruhi kinerja perusahaan karena investasi pada modal intelektual bisa jadi berdampak pada penurunan kinerja. Chowdhury et al. (2019) menyatakan bahwa HCE, SCE, dan CEE tidak memberikan pengaruh terhadap profitabilitas.

Di Indonesia, tata kelola perusahaan yang baik (GCG) terlebih pada perusahaan konsumsi sangatlah diperlukan untuk membangun kepercayaan masyarakat. Mekanisme pada GCG memainkan suatu peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang (Puni & Anlesinya, 2020). Keterbukaan informasi terutama dalam bahan-bahan baku untuk pembuatan makanan dan minuman dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk. Tata kelola perusahaan yang baik pada sektor konsumsi dapat diwujudkan dengan menunjukkan produknya lolos uji BPOM, memiliki standar nilai gizi yang baik, sterilisasi bahan produksi, sudah memenuhi standar keamanan makanan internasional dan juga terdapat label halal sehingga konsumen baik dari usia bayi hingga lansia merasa aman mengonsumsi suatu produk, hal ini tentu dapat membantu menaikkan profitabilitas serta pada akhirnya tercapai tujuan utama yakni nilai perusahaan yang melambung. Selain itu perusahaan konsumsi yang menampilkan tata kelola yang baik pada produknya juga akan membuat para investor berminat dan tertarik untuk menanamkan sahamnya karena dipercaya memiliki nilai tinggi. Sistem tata kelola dalam perusahaan harus dikembangkan demi peningkatan nilai dan menggerakkan modal intelektual sehingga kondisi perusahaan memiliki kinerja yang baik (Berezinets et al., 2016). Hamdan (2018) menyatakan bahwa terdapat dampak yang positif dari tata kelola perusahaan dalam menaikkan modal intelektual dan kinerja. Reputasi auditor yang baik juga dapat memengaruhi nilai perusahaan dalam kacamata investor karena dipercaya perusahaan memiliki laporan keuangan yang benar dan akurat. Namun Guo & Kga (2012) menemukan proporsi direktur non eksekutif dalam dewan berhubungan negatif dengan kinerja keuangan serta ukuran dewan direksi menunjukkan hubungan negatif dengan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian Sudiyatno et al. (2020) kepemilikan manajerial memberikan dampak negatif terhadap nilai perusahaan. Hamsyi (2019) juga mengemukakan bahwa GCG tidak berpengaruh pada profitabilitas bank syariah. Bertuah (2015) mengungkapkan bahwa struktur kepemilikan institusional tidak memengaruhi nilai perusahaan. Suhadak et al. (2020) juga mengungkapkan makin besar porsi kepemilikan makin kecil nilai perusahaan, dan besar proporsi dewan komisaris independen tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Berdasar data dari BPS, sektor konsumsi di Indonesia tahun 2017 kuartal I tumbuh 8,15% dan berkontribusi 34,95% terhadap PDB pada triwulan III tahun 2017 nilai ekspor yang mencapai kisaran US\$ 31,7 M yang menjadikan industri makanan dan minuman menjadi lebih besar dibandingkan dengan subsektor lainnya. (Kemenperin, 2017b). Perusahaan sektor makanan dan minuman membutuhkan penelitian dan pengembangan yang kuat untuk dapat bertahan dalam pasar yang kompetitif. Modal intelektual diperlukan untuk mendongkrak potensi industri makanan dan minuman terlebih dalam inovasi pengemasan, daya tahan makanan, dan juga variasi rasa. Riset teknologi pangan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan gizi yang terkandung dalam produk makanan dan minuman dan juga untuk modifikasi pangan. Indonesia juga memulai proyek Rencana Induk Riset Nasional di tahun 2017 yang di dalamnya terdapat agenda-agenda untuk mendukung ketahanan pangan (Ristekdikti, 2021). Selain itu, Indonesia dan Singapura menjalin kesepakatan mulai tahun 2017 dalam menyusun standar keamanan pangan dan inovasi pangan yang dilakukan untuk mendongkrak industri makanan dan minuman di pasar ekspor (Kemenperin, 2017a). Tingkat ekuitas yang tinggi juga dapat menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan pemilik saham untuk melihat tingginya nilai

perusahaan. Komara et al., (2020) menyatakan profitabilitas dapat menjadi faktor yang memengaruhi nilai secara positif. Akan tetapi Jannata & Pertiwi (2022) mengatakan bahwa profitabilitas tidak memengaruhi nilai pada industri konsumsi di Indonesia dikarenakan adanya peningkatan aset namun tidak diikuti dengan peningkatan laba. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian tentang pengaruh kepemilikan institusional, komisaris independen, reputasi auditor, dan modal intelektual terhadap nilai perusahaan dengan proksi TOBINS'Q serta menggunakan profitabilitas yang diproksikan dengan ROE sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dikarenakan masih jarang penelitian yang menggabungkan variabel-variabel tersebut terutama pada perusahaan sektor konsumsi.

TINJAUAN PUSTAKA

RESOURCED BASED THEORY

Resources Based View menurut Galbreath (2005) merupakan besarnya dorongan dari sumber daya yang mempunyai karakteristik khusus yang membuat keberhasilan dalam perusahaan. Teori ini dikembangkan sebagai gambaran ketika sumber daya profesional dalam suatu perusahaan memiliki keunggulan yang lebih baik dan unik bila dibandingkan dengan perusahaan kompetitor lainnya, maka akan mendapatkan keunggulan yang kompetitif (Wernerfelt, 1984). *Resource-based theory* (RBT) menyatakan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat memberikan kualitas yang kompetitif serta mengarahkan perusahaan untuk memperoleh performa yang baik dan berkelanjutan (Ulum et al., 2016). Sumber daya yang dengan mudahnya dapat diperoleh di pasar atau juga mudah ditiru oleh pesaing maka kurang bisa mewakili sumber manfaat ekonominya (Galbreath, 2005). Sumber daya dapat dianggap sebagai suatu kekuatan atau kelemahan dari perusahaan, dan pada waktu tertentu sumber daya perusahaan dapat dikategorikan menjadi aset berwujud dan aset tidak berwujud (Wernerfelt, 1984). Sumber daya yang ada dalam kendali perusahaan termasuk aset, kemampuan, proses organisasi, informasi, atribut, dan pengetahuan yang langka serta berharga dapat menghasilkan keunggulan kompetitif dan aset berharga ini disebut dengan modal intelektual (Nkundabanyanga, 2016). Smriti & Das (2018) mendukung teori RBV yang penting untuk menaikkan kinerja perusahaan melalui pengelolaan modal intelektual.

Panda & Reddy (2016) mengemukakan organisasi yang berbasis sumber daya mampu membuat perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan dapat merencanakan strategi yang akan dilakukan sesuai kemampuan perusahaan menggunakan sumber daya yang langka, berharga, dan layak. Menurut Barney (1991) *Resourced-based View* menekankan pada faktor internal organisasi dan apabila organisasi ingin mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan maka wajib memiliki sumber daya yang unik, langka, berharga, dan sulit ditiru. Dalam perspektif RBT, Ulum et al. (2016) mengatakan perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensi dan efektivitas pada operasional perlu menerapkan strategi dalam mengolah dan mengendalikan semua sumber daya yang ada dalam perusahaan mencakup aset, proses organisasi, informasi, kapabilitas, atribut, pengetahuan, dan lainnya. Modal intelektual termasuk ke dalam salah satu sumber daya penting bagi perusahaan untuk identifikasi RBT. Hubungan antara inovasi dan strategi yang diterapkan secara terus