

## PENDAHULUAN

Menuju era revolusi industri 5.0, teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang pesat. Menurut Bapak Ismail selaku Direktur Jenderal Sumber Daya dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika pada Oktober 2020, masyarakat kini dihadapkan pada adaptasi kehidupan baru sebagai momentum percepatan transformasi digital. Digitalisasi yang didukung dengan meluasnya koneksi internet di berbagai daerah semakin memudahkan kegiatan masyarakat. Merujuk pada data Badan Pusat Statistik (BPS), dari jumlah populasi penduduk Indonesia sebanyak 266 juta jiwa pada kuartal II tahun 2020, 73,7% di antaranya telah menggunakan internet.

Fenomena ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi perusahaan khususnya pada industri *advertising*, *media* dan *printing*, untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman. Industri ini menyediakan layanan periklanan, penyiaran, publikasi, hingga percetakan. Aktivitas perusahaan di industri ini berbasis pengetahuan yang memanfaatkan inovasi dan kecerdasan karyawannya guna menciptakan nilai tambah pada barang atau jasa yang ditujukan pada konsumen (Rahmawati & Sudarno, 2015). Oleh karena itu, perusahaan hendaknya terus berinovasi dalam meningkatkan kinerjanya sehingga mampu mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah perubahan gaya hidup ke arah digital.

Urgensi perusahaan untuk memaksimalkan kinerja keuangan salah satunya yakni dengan memaksimalkan pemanfaatan aset yang dimiliki. Menyadari pentingnya aset tidak berwujud yang berkontribusi signifikan terhadap keunggulan bersaing, manajemen mulai berusaha untuk mengelola dan memanfaatkannya secara efektif dan efisien (Sadalia, *et al.*, 2019). Salah satunya yakni dengan penerapan manajemen pengetahuan (*knowledge management*), sehingga perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya lainnya dengan ekonomis dan efisien dalam meningkatkan keunggulan kompetitif (Rupert, 1998).

Transformasi dan kapitalisasi dari manajemen pengetahuan kemudian terimplementasi melalui modal intelektual (*intellectual capital*) yang meliputi seluruh pengetahuan, informasi dan kekayaan intelektual untuk menemukan peluang dan mengelola ancaman di perusahaan yang mampu mempengaruhi ketahanan dan keunggulan kompetitif di setiap kondisi (Nugroho, 2012). Keahlian karyawan, relasi konsumen, kreativitas dan inovasi, sistem komputer dan administrasi serta penguasaan teknologi juga menjadi bagian modal intelektual perusahaan (Soetedjo & Mursida, 2014). Terlebih, pada perusahaan *advertising*, *media* dan *printing*, modal intelektual berperan penting karena industri ini sangat mengandalkan pengetahuan dan kemampuan sumber daya manusia (SDM) dalam menghasilkan *output* yang berkualitas. Menurut Soewarno & Tjahjadi (2020), perusahaan di era ekonomi berbasis pengetahuan harus lebih memperhatikan modal intelektual untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Umur dan ukuran perusahaan juga berkaitan dengan kinerja keuangan. Secara teoritis, perusahaan berusia tua dan berukuran besar memiliki keunggulan dalam menghadapi kompleksitas dan ketidakpastian bisnis daripada perusahaan yang lebih muda dan lebih kecil (Harvie *et al.*, 2010). Karenanya, umur dan ukuran sebagai karakteristik perusahaan diduga mampu menjelaskan kinerja keuangan perusahaan (Okunbo & Oghuvwu, 2019).

Aspek lainnya yang tak terlepas dengan kinerja keuangan yaitu pendapatan. Sejak tahun 2016 sampai 2019, pertumbuhan pendapatan rerata perusahaan *advertising, media* dan *printing* kian menurun. Hal ini diduga disebabkan oleh maraknya penggunaan internet sehingga minat masyarakat mulai bergeser untuk menerima iklan, hiburan, dan informasi secara *online*. Didukung oleh temuan Qian & Wang (2020) yang menyatakan bahwa pertumbuhan pendapatan perusahaan akan melambat mengikuti kemajuan teknologi, maka penting bagi perusahaan untuk berupaya meningkatkan kembali pertumbuhan pendapatannya demi menjaga kinerja keuangan dan keberlangsungan usaha.

Adanya pengaruh positif modal intelektual terhadap kinerja keuangan dengan berbagai proksi telah dibuktikan oleh beberapa peneliti terdahulu. Penelitian Soewarno & Tjahjadi (2020) menggunakan *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, *asset turnover* dan *Price to Book Value (PBV)* pada perusahaan perbankan di Indonesia. Gantino *et al.*, (2019) menggunakan ROA, ROE dan *sales growth* pada industri dasar dan kimia serta infrastruktur, utilitas dan transportasi di Indonesia. Sementara, Chowdhury *et al.*, (2019) menggunakan ROA dan *asset turnover* pada perusahaan farmasi di Bangladesh.

Kemudian, penelitian Okunbo & Oghuvwu (2019) telah menunjukkan hubungan positif ukuran dan umur perusahaan terhadap kinerja perusahaan kecil dan menengah di Nigeria. Penelitian Ilaboya & Ohioka (2016) juga menyatakan pengaruh positif ukuran dan umur perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan di Bursa Efek Nigeria yang diukur dengan *EBIT (Earning Before Interest and Tax)*. Akinyomi & Olagunju (2013) mengungkapkan adanya hubungan positif ukuran perusahaan terhadap ROA pada perusahaan manufaktur di Nigeria, sementara Coad *et al* (2013) mengungkapkan hubungan positif umur perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur di Spanyol.

Terakhir, penelitian Dada & Ghazali (2016) menjelaskan hubungan positif pertumbuhan pendapatan terhadap ROA pada perusahaan non-finansial di Nigeria. Putri & Rahyuda (2020) juga menunjukkan hubungan positif pertumbuhan pendapatan terhadap ROA pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

Meski telah dilakukan penelitian terhadap keempat aspek tersebut yang dikaitkan dengan kinerja keuangan perusahaan, namun belum ada penelitian mengenai variabel terkait pada industri *advertising, printing* dan *media* di Indonesia. Penelitian terdahulu juga belum mengukur kinerja keuangan yang menunjukkan bagaimana perusahaan bukan hanya menghasilkan pendapatan namun juga mengelola beban-beban secara efisien sehingga diperoleh laba bersih yang diharapkan, yakni diprosikan oleh rasio *Net Profit Margin (NPM)*. Dengan demikian, kesenjangan tersebut memotivasi penulis untuk meneliti “Pengaruh Modal Intelektual, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Pertumbuhan Pendapatan terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan *Advertising, Printing* dan *Media* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019)”.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui hubungan antara modal intelektual, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan pertumbuhan pendapatan terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan NPM, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat bagi implikasi manajerial serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.