

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era masyarakat digital, kemajuan teknologi informasi yang terus berkembang telah memberikan dampak signifikan bagi sektor bisnis di seluruh dunia terutama di negara Indonesia sendiri. Persaingan bisnis semakin ketat membuat perusahaan semakin berusaha untuk mengembangkan bisnisnya yaitu memperluas jangkauan usahanya dengan terus menerapkan inovasi dalam memberikan informasi terkini terkait informasi terbaru dalam dunia bisnis. Suatu perusahaan yang sudah berkembang dengan baik, agar terus bertahan harus dengan cepat perusahaan merubah strategi bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja *Labour Based Business* menuju *Knowledge Based Business* (bisnis berdasarkan pengetahuan), sehingga ilmu pengetahuan menjadi karakteristik utama dalam pengembangan bisnis perusahaan (Nasrullah & Pohan, 2020).

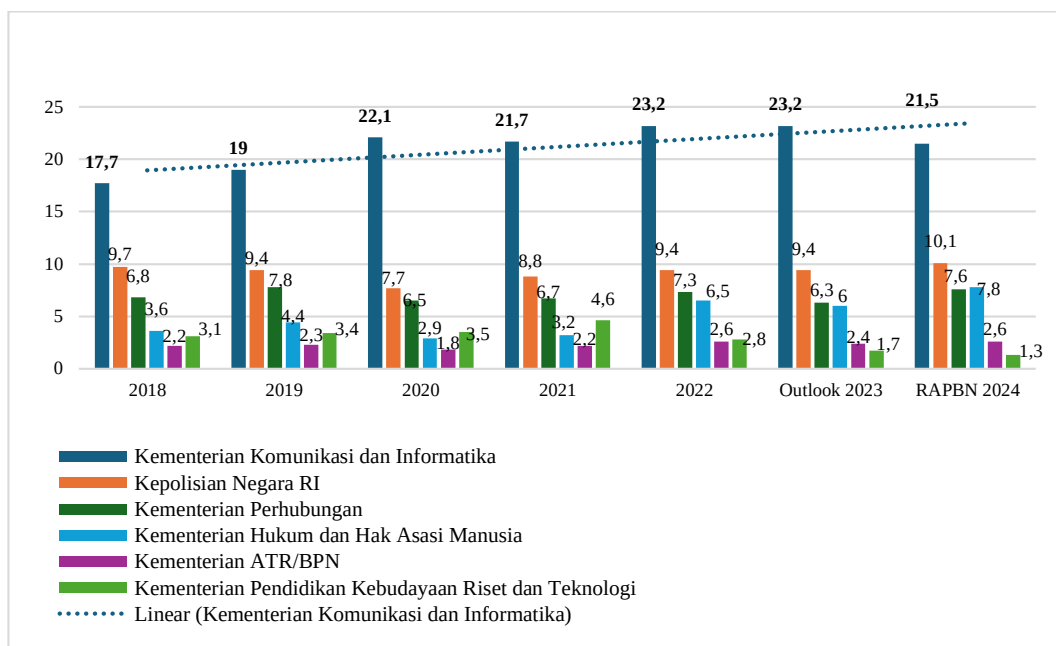
Penggunaan ilmu pengetahuan dibarengi dengan inovasi akan menghasilkan strategi-strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk pengelolaan bisnisnya dan pemanfaatan sumber daya perusahaan. Strategi tersebut merupakan cara yang dapat dilakukan perusahaan secara efektif dan efisien sehingga alokasi aset yang dimiliki perusahaan dapat dialokasikan secara tepat untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Untuk mengembangkan inovasi perusahaan tentu diperlukan modal dari investor untuk bisnisnya dan perusahaan diharuskan dapat menjaga kesehatan keuangannya.

Salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk menambah modalnya adalah dengan berhutang atau menerbitkan saham. Perusahaan yang telah mencatatkan sahamnya harus mengeluarkan laporan keuangan setiap tahun sebagai bahan pertimbangan investor untuk menanamkan dananya. Pasar modal yang ada di Indonesia yaitu BEI (Bursa Efek Indonesia) yang sahamnya diperjualbelikan dan telah memenuhi persyaratan yang dikeluarkan oleh pihak bursa. Pasar modal Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dari periode ke periode, hal

tersebut terbukti dengan meningkatnya jumlah saham yang ditransaksikan dan tingginya volume perdagangan saham (Novianti & Hakim, 2019).

Menurut data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal di Indonesia telah mencapai 12,48 juta investor per Februari 2024. Jumlah tersebut meningkat 1,22% dari bulan sebelumnya (month-to-month/mtm) yang sebanyak 12,33 juta investor. Jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya, jumlah tersebut naik 14,90% (year-on-year/yoy) (Simbolon, 2024). Dari pernyataan tersebut, bahwa keputusan investor untuk investasi meningkat. Seorang investor akan menjual, membeli dan menahan saham yang dimilikinya berdasarkan analisis dan pertimbangan yang dilakukan

Salah satu industri yang sangat kompetitif, cepat berubah, dan dinamis adalah industri telekomunikasi yang berkembang pesat sejak pemerintah mengizinkan pihak swasta untuk menyelenggarakan jaringan dan jasa telekomunikasi. Sektor telekomunikasi merupakan salah satu subsektor yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia), dalam rentang waktu 2018-2024 industri dalam pantauan kementerian komunikasi dan informatika cukup berkontribusi terhadap pendapatan negara. Subsektor telekomunikasi merupakan sektor yang masih bisa melewati masa pandemi *Covid-19*. Sektor telekomunikasi masih bisa memberikan pajak yang baik terhadap negara Indonesia. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan data yang diperoleh dalam Pendapatan Negara Bukan Pajak atau biasa disingkat PNBP. Bahwa sektor telekomunikasi memberikan kontribusi terbesar. Terdapat enam kementerian/lembaga yang tercatat sebagai kontributor utama PNBP Indonesia dalam APBN 2018-2024.



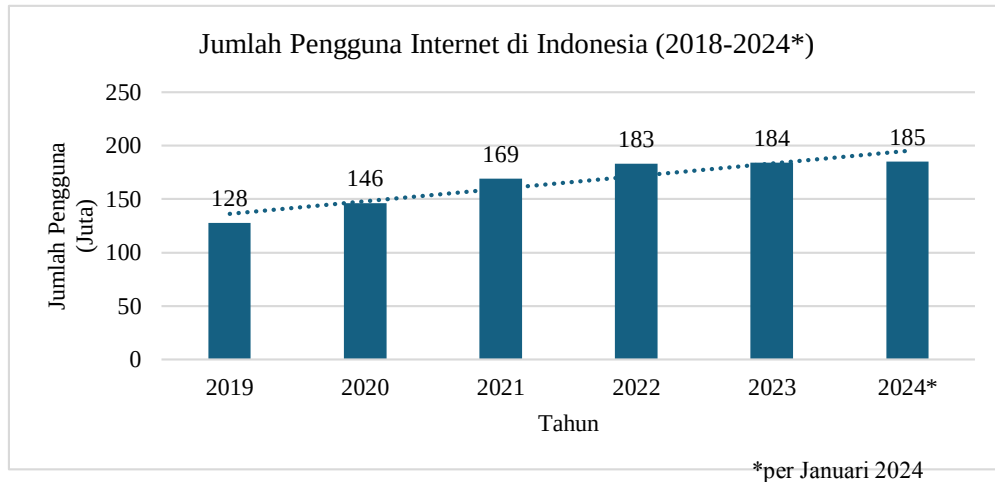
Sumber: Kementerian Keuangan (2024)

Grafik 1.1
Perkembangan PNBP 6 Kementerian/Lembaga dengan Layanan Utama,
2018-2024 (Triliun rupiah)

Antara keenam instansi yang ada, terbukti bahwa kementerian komunikasi dan informatika memberikan kontribusi yang paling banyak dibandingkan dengan keenam kementerian lainnya. Berdasarkan data yang ada pada Tabel 1.1 bahwa pada tahun 2024, Kementerian Komunikasi dan Informatika telah memberikan PNBP senilai Rp. 21,5 Triliun. Bisa dilihat bahwasannya sektor telekomunikasi cukup berkontribusi terhadap APBN antara lain sektor aplikasi, pos dan telekomunikasi, bisa dijelaskan bahwa sektor telekomunikasi terbukti memegang peran yang cukup besar terhadap pendapatan negara.

Data tersebut bisa dibuktikan karena terjadi pergeseran pengguna telepon kabel tetap menjadi pengguna telepon seluler, terutama juga penggunaan internet melalui telepon seluler yang berkembang dengan pesat. Fasilitas telepon seluler memiliki peran yang cukup signifikan sebagai media untuk mengakses internet. Telekomunikasi telah menghilangkan batas-batas jarak antara masyarakat di daerah perkotaan dengan pedesaan yang dikenal dengan istilah “Ekonomi Digital” (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023). Dengan demikian, perbedaan waktu dan jauhnya

lokasi tidak lagi menjadi hambatan dalam kecepatan penyebaran informasi. Berikut perkembangan pengguna internet di Indonesia pada periode 2018-2024.



Sumber: Annur, Katadata.co.id (2024)

Grafik 1.2

Pengguna Internet di Indonesia (2018-2024)

Berdasarkan grafik dari Katadata.co.id menurut *We Are Social*, jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun terus meningkat berdasarkan garis trend. Jumlah pengguna internet per Januari 2024 meningkat 0,8% dari tahun sebelumnya 2023. Jika dibandingkan dengan populasi nasional yang berjumlah 278.7 juta, pada Januari 2024 pengguna internet di Indonesia setara 66.5% dari total populasi nasional. Kenaikan penggunaan internet menggambarkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat menuju perubahan masyarakat informasi dan perkembangan teknologi. Dengan meningkatnya penggunaan internet, pelanggan sektor telekomunikasi di Indonesia juga mengalami peningkatan, dimana pemain utama yang mendominasi diantaranya PT Indosat Tbk, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, dan PT XL Axiata Tbk (Kontan.co.id, 2023).

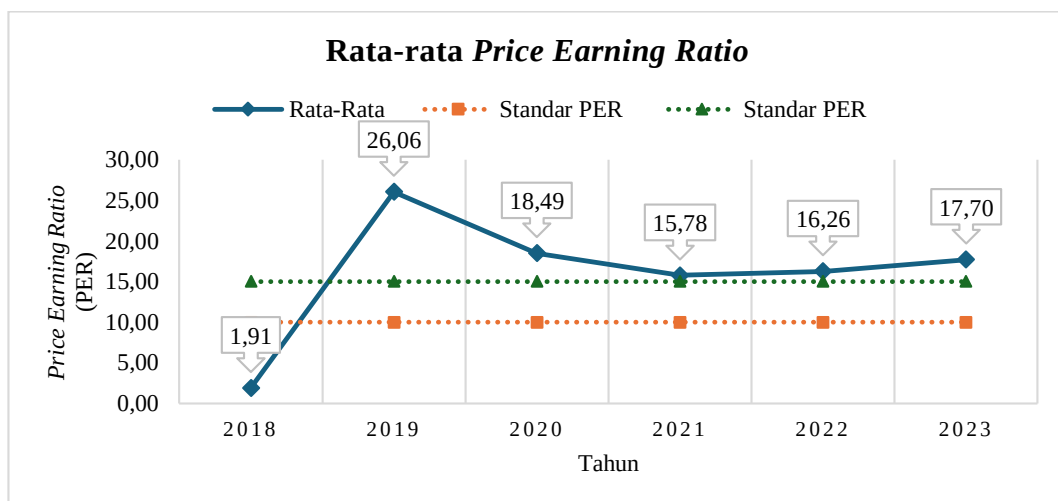
Pada kuartal I/2024 jumlah pelanggan telkomsel naik dari posisi 159,34 juta pada akhir 2023 menjadi 159,55. Indosat juga mengalami kenaikan jumlah pelanggan 100,8 juta pada kuartal I/2024 dari posisi 98,8 juta pada akhir 2023. Sedangkan pertumbuhan pelanggan XL Axiata relatif stabil, Jumlah pelanggan XL Axiata sebanyak 57,6 juta pada kuartal I/2024, hanya tumbuh tipis jika

dibandingkan akhir 2023 yang sebanyak 57,5 juta (Mola, 2024). Produk jaringan dan jasa dari perusahaan-perusahaan telekomunikasi terus berkembang dan pelanggan di subsektor telekomunikasi terus tumbuh, dengan kondisi tersebut seharusnya nilai saham dari perusahaan sektor infrastruktur khususnya subsektor telekomunikasi yang merupakan penyedia jaringan dan jasa telekomunikasi mengalami peningkatan yang cukup signifikan (Fajri & Munandar, 2022).

Harga saham dapat mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya secara efisien. Harga saham yang tinggi akan diikuti oleh nilai perusahaan yang tinggi. Sebaliknya, harga saham yang semakin rendah maka nilai perusahaan semakin rendah (Hallauw & Widyawati, 2021). Hal tersebut mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan secara konsisten sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Nilai perusahaan merupakan gambaran keadaan sebuah perusahaan dari kegiatannya dalam beberapa tahun yaitu sejak didirikan perusahaan tersebut sampai dengan saat ini, hal ini menjadi penilaian khusus oleh calon investor terhadap baik buruknya perusahaan (Amaliyah & Herwiyanti, 2020). Pihak perusahaan harus mengoptimalkan laba perusahaan dengan sumber daya yang dimilikinya untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat mensejahterakan pemegang saham atau investor. Meningkatnya kesejahteraan investor akan memudahkan perusahaan untuk mendapatkan dana, karena investor lebih tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik (Oktaviani et al., 2024). Di masa yang akan datang jika perusahaan terus meningkatkan nilai perusahaannya maka akan mendapatkan prospek baik.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan beberapa metode yang dapat digunakan yaitu *Price Book Value* (PBV), c. Tobins'Q, dan *Price Earning Ratio* (PER). Pada penelitian ini menggunakan *price earning ratio* (PER) dimana PER ini merupakan pendekatan yang lebih populer dipakai dikalangan analis saham dan para praktisi. Dalam pendekatan PER atau disebut juga pendekatan *multiplier*, investor akan menghitung berapa kali (*multiplier*) nilai *earning* yang tercermin dalam harga suatu saham. keunggulan pengukuran ini adalah kemudahan dan kesederhanaan dalam penerapannya (Yaqin & Imamah, 2021). *Price earning ratio*

ini merupakan penilaian estimasi nilai intrinsik saham yaitu dengan *earning per share* (EPS) yang diharapkan EPS atau laba per saham adalah rasio yang mengukur pendapatan bersih perusahaan pada suatu periode dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Saat investor mengevaluasi *performance* dari sebuah perusahaan, investor tidak cukup hanya mengetahui informasi apakah *income* dari perusahaan tersebut mengalami kenaikan atau penurunan, investor juga perlu mengetahui dan mencermati bagaimana perubahan *income* perusahaan berakibat terhadap investasi (Arizki et al., 2019). Berikut grafik nilai perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2023 yang diukur dengan *price earning ratio* (PER).



Sumber: Data diolah peneliti, idx.co.id (2024)

Grafik 1.3

Rata-rata *Price Earning Ratio* (PER) Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) Periode 2018-2023

Berdasarkan grafik diatas, menunjukan adanya fluktuasi pada nilai rata-rata *price earning ratio* (PER) pada subsektor telekomunikasi. Dari ke 6 tahun tersebut, terdapat peningkatan nilai PER yang signifikan yaitu pada tahun 2019 sebesar 24,15 dan penurunan yang cukup tinggi yaitu di tahun 2020 sebesar 7.57 dibandingkan tahun tahun berikutnya. Jika dilihat dari standar PER, standar PER yang baik untuk ukuran Bursa Efek Indonesia adalah nilai nya di antara 10-15 (Kusumawardhani, 2021). Untuk perusahaan dengan nilai *price earning ratio* diatas 15 dikatakan

overvalued, jika harga pasar saham lebih besar dari nilai wajar saham dan tidak layak dibeli atau dijual. Sedangkan jika nilai PER dibawah 10 dikatakan *undervalued*, jika harga pasar saham lebih kecil dari nilai wajar saham dan layak dibeli (*buy*) atau dipegang oleh investor (Puspitasari & Sukmawati, 2024).

Pada tahun 2018, perusahaan subsektor telekomunikasi mengalami *undervalued*. Hal tersebut dipengaruhi oleh perang dagang antara AS dan China yang menjadi anjloknya harga saham di Indonesia bahwa harga saham Global sekalipun, pada tahun berikutnya harga saham kembali mengalami kenaikan (Puspita & Pujiati, 2024). Sedangkan, pada tahun 2020 Penurunan tinggi nilai *price earning ratio* perusahaan subsektor telekomunikasi disebabkan oleh pandemi *covid-19*. Adanya *covid-19* beberapa perusahaan internet merugi karena mengalami penurunan pendapatan disebabkan banyaknya hotel dan kantor yang berhenti beroperasi sehingga permintaan terhadap jasa internet dari korporat menurun drastis. Hal tersebut menyebabkan Ketua Umum APJII, Jamalul Izza memohon untuk diberikan keringan atas Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang berupa penundaan pembayaran sampai akhir tahun. Mereka beralasan WFH secara industri retail banyak yang naik karena rata-rata terjadi kenaikan *traffic* sebesar 10-15% tetapi kalau dilihat dari dunia korporasi (B2B), terjadi banyak penurunan karena konsumennya berupa hotel dan perkantoran (CNN Indonesia, 2020) .

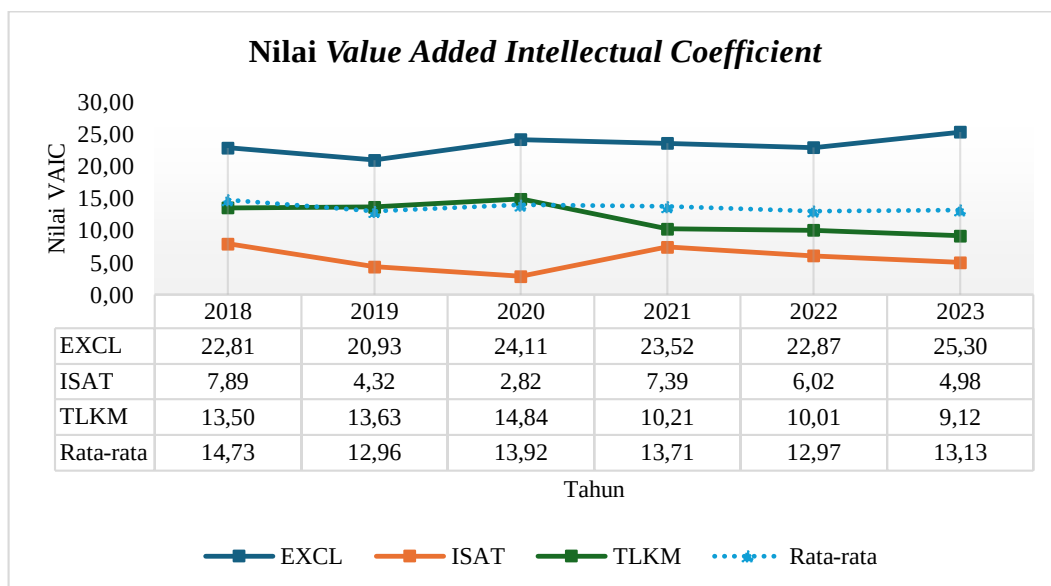
Secara teori semakin rendah PER semakin murah suatu saham karena harga yang harus dibayarkan investor untuk labanya semakin murah. Walaupun demikian, seringkali PER yang rendah kurang baik karena bisa saja merupakan bentuk penilaian pasar terkait kinerjanya yang kurang baik. Sebaliknya PER yang tinggi bukan berarti suatu saham dijual terlalu mahal dan kurang menarik untuk dibeli (Rosyida, 2020). Maka, beberapa perusahaan mulai sadar bahwa persaingan dalam industri tidak hanya terletak dari aktiva berwujudnya saja. Perusahaan dituntut mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki baik sumber daya fisik maupun sumber daya non-fisik untuk menghadapi persaingan bisnis (Hallauw & Widyawati, 2021). Salah satu sumber daya nonfisik yang penting bagi perusahaan adalah *intellectual capital*.

Intellectual capital merupakan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang memiliki nilai yang tinggi dimana perusahaan tidak hanya memberikan informasi finansial tetapi juga memberikan informasi non-finansial. Menurut Halim (2021) *intellectual capital* adalah sumber daya perusahaan dalam bentuk karyawan, keahlian serta pengalaman yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai perusahaan. Adanya *intellectual capital* dapat menciptakan nilai yang baik bagi investor, sehingga investor akan lebih tertarik untuk membeli saham perusahaan. IC (*Intellectual Capital*) mempunyai tiga elemen utama diantaranya yaitu pertama, *human capital* (modal manusia) meliputi keahlian, pengetahuan, kompetensi dan motivasi karyawan. Kedua, *structural capital* (modal organisasi) meliputi sistem informasi, teknologi dan budaya perusahaan, sedangkan *customer capital* atau *relational capital* (modal pelanggan) meliputi hubungan baik dengan para pemasok, hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar dan loyalitas konsumen.

Salah satu metode pengukuran *intellectual capital* yang dikembangkan oleh Pulic yaitu metode *The Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™) digunakan untuk mengukur kinerja *intellectual capital* dan didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud dan aset tidak berwujud. Santiani (2018) menjelaskan bahwa pentingnya modal intelektual dalam *value creation* sehingga penilaian terhadap perusahaan sebagian besar didasarkan pada informasi modal intelektual di samping metode - metode konvensional yang dipakai selama ini. Dengan begitu perusahaan khususnya perusahaan telekomunikasi memiliki kesadaran terhadap arti penting IC bagi peningkatan keunggulan kompetitif, meskipun pengungkapan atribut IC belum diungkapkan seluruhnya dalam laporan tahunan perusahaan.

Intellectual capital di Indonesia terus berkembang terutama setelah munculnya Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 19 tentang Aset Takberwujud. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk memberikan informasi lebih rinci mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan modal intelektual, mulai dari cara pengidentifikasian, pengukuran sampai pada pengungkapan IC dalam laporan keuangan perusahaan. Perusahaan dengan *intellectual capital* yang tinggi

serta penggunaan praktik manajemen pengetahuan yang tinggi biasanya mempunyai kinerja yang lebih baik (Kianto et al., 2020). Dengan begitu *Intellectual capital* berpengaruh positif dan dianggap sebagai nilai penting dalam nilai perusahaan, perusahaan yang dapat mengelola *intellectual capital* dengan efektif dan efisien maka nilai perusahaan dimata investor juga baik. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian (Halim, 2021) bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, berbeda dengan hasil penelitian (D. P. Sari et al., 2020) bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan begitu peneliti tertarik meneliti adanya *research gap* tersebut. Berikut data VAICTM perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023.



Sumber: Data diolah peneliti, idx.co.id (2024)

Grafik 1.4

***Value Added Intellectual Coefficient* Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) Periode 2018-2023**

Berdasarkan tabel dan grafik diatas, jika dilihat dari rata-rata setiap tahunnya, PT Excel Tbk berada diatas rata-rata dari tahun 2018-2023. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2018 dibawah rata-rata, dan mulai diatas rata-rata pada tahun 2019-2020 lalu menurun lagi di tahun 2021-2023. Sedangkan, PT Indosat Tbk selalu berada di bawah rata-rata. Untuk perusahaan dengan nilai

VAICTM diatas rata-rata berarti perusahaan tersebut memiliki kinerja dan pengukuran *intellectual capital* yang baik sehingga baik pula tingkat penerapannya dalam menciptakan nilai tambah perusahaan, begitupun sebaliknya. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Andika & Dewi Astini (2022) bahwa semakin tinggi kinerja dan pengukuran *intellectual capital* yang baik maka akan lebih baik pula kemampuan *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan.

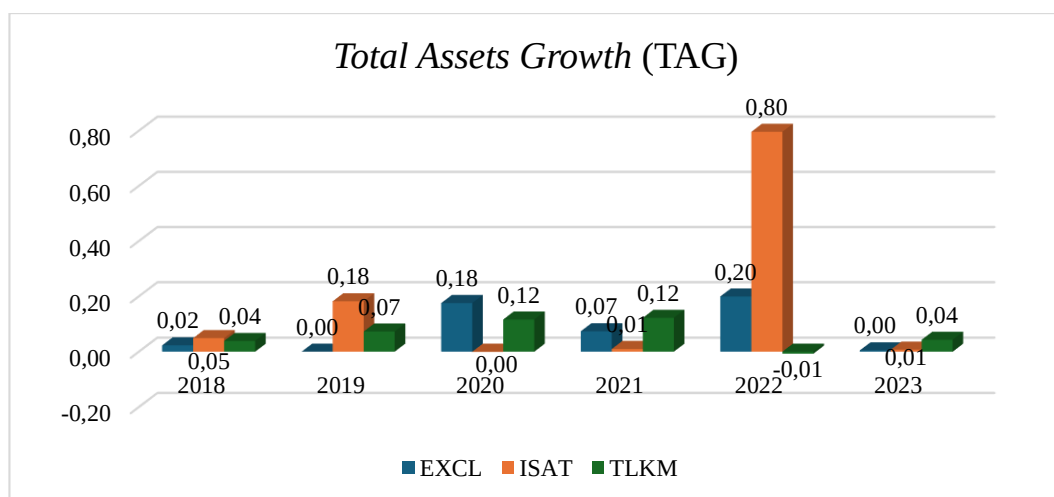
Ketatnya persaingan selain perusahaan memerlukan modal non-material agar perusahaan dapat berhasil. Pada kenyataannya perusahaan juga memerlukan modal material untuk keputusan keuangan salah satunya adalah keputusan investasi. Menurut Anggriany et al (2022) dari tingginya permintaan investor untuk keputusan investasi di perusahaan, nilai perusahaan diproyeksikan akan tumbuh pada akhirnya. Dapat dikatakan bahwa keputusan investasi ini menjadi salah satu aspek yang akan mempengaruhi struktur kekayaan perusahaan.

Menurut data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam periode Pada triwulan IV 2023, sektor Transportasi, Gudang dan Telekomunikasi menjadi sektor peringkat ketiga terbesar dengan nilai investasinya yaitu sebesar 39,8 T. Total Nilai investasi mencapai Rp. 365,8 triliun atau meningkat sebesar 16,2% dibanding dengan tahun sebelumnya. Jika dibandingkan dengan triwulan sebelumnya, ini sedikit lebih rendah pada triwulan III 2023 sebesar Rp 374,4 triliun. Hal tersebut salah satunya disebabkan oleh Melambatnya konsumsi rumah tangga menjadi 4,5 persen pada triwulan III 2023 dibanding triwulan III 2023 sebesar 5,1 persen (yoy), terutama disebabkan melemahnya daya beli kelas menengah ke atas, serta relatif terbatasnya kenaikan konsumsi segmen berpenghasilan rendah di tengah kenaikan belanja sosial dan politik menjelang pemilihan umum (pemilu) (Sipayung, 2024).

Keputusan investasi memberikan sinyal bagi para pemangku kepentingan salah satunya yaitu investor karena pengeluaran investasi dapat memberikan sinyal positif bagi pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga harga saham akan meningkat (Darmawan et al., 2023). Maka manajer keuangan dalam perusahaan harus mengalokasikan dana perusahaan pada objek-objek investasi seperti gedung, tanah, mesin, surat berharga, dan sebagainya yang dapat memberikan manfaat dan keuntungan maksimal di masa yang akan datang bagi

perusahaan sehingga keputusan investasi merupakan keputusan atas aset yang dikelola oleh perusahaan.

Menurut Septiani (2023) proksi yang dapat digunakan untuk mengukur keputusan investasi adalah *Fixed Assets Ratio* (FAR), *Total Assets Growth Ratio* (TAG), *Price Earning Ratio* (PER), *Capital Expenditure to Book Value of Asset* (CAP/BVA), dan *Market Value to Book Value of Assets* (MVA/BVA). Perusahaan yang mampu menciptakan keputusan investasi yang tepat maka aset perusahaan akan menghasilkan kinerja yang optimal, maka dalam hal ini proksi yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan aset adalah *total assets growth* (TAG) yang merupakan pertumbuhan aset yang dimiliki perusahaan dari satu tahun ke tahun berikutnya, dimana variabel ini dinyatakan dalam persentase perubahan aktiva pada neraca akhir tahun (Arizki et al., 2019). *Total Asset Growth* adalah rata-rata pertumbuhan kekayaan perusahaan. Bila kekayaan awal suatu perusahaan adalah tetap jumlahnya, maka pada tingkat pertumbuhan aktiva yang tinggi berarti besar kekayaan akhir perusahaan tersebut semakin besar (Gautama et al., 2019). Rasio tersebut dapat menggambarkan besarnya pertumbuhan investasi pada aktiva yang dilakukan oleh perusahaan. Berikut *total assets growth* perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023.



Sumber: Data diolah peneliti, idx.co.id (2024)

Grafik 1.5

***Total Assets Growth* perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023**

Berdasarkan grafik diatas, perusahaan yang memiliki peningkatan pertumbuhan aset paling tinggi selama periode 2018-2023 adalah PT Indosat Tbk sebesar 80%. Sedangkan, penurunan pertumbuhan aset paling rendah yaitu PT Telekomunikasi Tbk sebesar -1%. Pertumbuhan aset tertinggi dan terendah berada pada tahun yang sama yaitu 2022. Hal tersebut disebabkan oleh adanya merger dan akuisisi dua perusahaan PT. Indosat Tbk. dengan PT. Hutchison 3 Indonesia/H3I) menjadi PT Indosat Ooredoo Hutchison Tbk dan masih tercatat di BEI (Bursa Efek Indonesia) dengan kode saham ISAT. Ketika terjadi merger dan akuisisi, perusahaan mendapatkan peningkatan kemampuan dalam pemasaran, riset, manajerial dan pengelolaan aset perusahaan. Dengan merger dan akuisisi maka berbagi pengetahuan tentang efektivitas pengelolaan aset perusahaan dapat dilakukan antara dua perusahaan yang melakukan merger dan akuisisi sehingga efektivitas perusahaan dapat meningkat jika merger dan akuisisi berjalan dengan lancar (Samodra & Mulyati, 2022).

Penurunan total aset pada perusahaan PT Telekomunikasi Tbk, disebabkan karena PT Telekomunikasi Tbk investasi di saham PT GoTo Gojek Tokopedia. Telkom mengalami kerugian yang belum direalisasi dari perubahan nilai wajar investasi pada akhir Desember 2022. Melalui anak usahanya yaitu Telkomsel, menilai nilai wajar investasi di PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) dengan menggunakan nilai pasar saham GOTO sebesar Rp 91 per saham sehingga jumlah kerugian yang belum direalisasikan dari perubahan nilai wajar investasi Telkomsel pada GOTO pada tahun 2022 adalah Rp 6,74 triliun (Kontan.co.id, 2023). Hal tersebut menyebabkan PT Telekomunikasi mencatatkan pada laporan keuangannya bahwa jumlah aset mengalami penurunan.

Tujuan perusahaan dalam keputusan investasi yaitu mendapatkan tingkat keuntungan (*return*) yang tinggi dengan tingkat risiko tertentu. Keputusan investasi yang tepat maka aset perusahaan akan menghasilkan kinerja yang optimal sehingga memberikan sinyal positif bagi investor yang nantinya akan meningkatkan harga saham dan menaikkan nilai perusahaan. salah satunya dilihat dari pertumbuhan aset yang diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal, karena pertumbuhan aset yang baik memberikan sinyal positif terhadap perkembangan perusahaan.

Perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar akan lebih mudah untuk mendapatkan perhatian dari pihak investor maupun kreditur karena mencerminkan perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba yang dimanfaatkan untuk penambahan jumlah aktiva yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan (Suartama et al., 2023). Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian (A. R. Sari et al., 2022) bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, berbeda dengan hasil penelitian (Arizki et al., 2019) bahwa keputusan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari latar belakang yang dijelaskan, adanya inkonsistensi dari penelitian terdahulu dimana hasil penelitian variabel *intellectual capital* dan variabel keputusan investasi terhadap variabel nilai perusahaan menunjukkan hasil yang berbeda. Identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu variabel nilai perusahaan pada perusahaan subsektor telekomunikasi menggunakan *price earning ratio* (PER) dengan standar industri antara 10-15 menunjukkan hasil nilai PER yang *undervalued* dan beberapa yang *overvalued*. Pada variabel *intellectual capital* pada perusahaan subsektor telekomunikasi, beberapa perusahaan dengan kode emiten EXCL dan TLKM nilai VAICTM diatas rata-rata dan ISAT dibawah rata-rata menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan dalam bentuk karyawan, keahlian serta pengalaman yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai perusahaan. Selanjutnya, variabel keputusan investasi pada perusahaan subsektor telekomunikasi yang diproyeksikan dengan *total assets growth* mengalami nilai yang fluktuasi serta penurunan aset dan pertumbuhan yang signifikan, menunjukkan seberapa besar aset perusahaan menghasilkan kinerja yang optimal.

Pentingnya penelitian ini dalam ekonomi yang semakin didorong oleh pengetahuan, perusahaan harus memberikan wawasan dan informasi yang komprehensif tentang bagaimana perusahaan memaksimalkan nilai perusahaannya yaitu dengan cara perusahaan mengelola aset intelektual dan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan serta menciptakan nilai bagi *stakeholders*. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Intellectual Capital dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada**

Perusahaan Subsektor Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bei (Bursa Efek Indonesia) Periode 2018-2023”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran *Intellectual Capital*, Keputusan Investasi, dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2023?
2. Seberapa besar pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2023?
3. Seberapa besar pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2023?
4. Seberapa besar pengaruh *Intellectual Capital* dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran *Intellectual Capital*, Keputusan Investasi, dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2023.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2023.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2023.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Intellectual Capital* dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi perkembangan studi manajemen khususnya manajemen keuangan dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi yang bersifat teoritis maupun empiris bagi peneliti-peneliti khususnya terkait dengan *Intellectual Capital*, Keputusan Investasi dan Nilai Perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sumber data dan informasi bagi penelitian lanjutan di masa depan. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau acuan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat dipergunakan oleh manajemen perusahaan sebagai informasi acuan dalam mengambil keputusan terkait *Intellectual Capital* dan Keputusan Investasi. Manajemen perusahaan dapat mempertimbangkan faktor-faktor ini untuk meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan investor.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi pada perpustakaan Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada perusahaan Subsektor Telekomunikasi Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023. Dengan memperoleh data sekunder yaitu dari *Annual Report* (Laporan Keuangan) yang bersumber dari *website* Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan *website* resmi masing masing perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023. Waktu

penelitian dilakukan dari bulan Maret 2024 sampai dengan selesai. Berikut tabel jadwal dan tahapan yang dilakukan selama penelitian:

Tabel 1. 1
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2024																											
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul																												
2.	Penyusunan BAB I																												
3.	Penyusunan BAB II																												
4.	Penyusunan BAB III																												
5.	Pengajuan Seminar																												
6.	Seminar																												
7.	Revisi Pasca Seminar																												
8.	Penyusunan Draft BAB IV																												
9.	Penyusunan Draft BAB V																												
10.	Sidang																												
11.	Revisi Skripsi																												

Sumber: Diolah Peneliti (2024)