

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era pertumbuhan bisnis yang pesat dan kompetisi yang intensif, pengelolaan keuangan yang efektif menjadi faktor kunci bagi pimpinan dan manajer dalam menghadapi kompleksitas pasar serta mencapai tujuan organisasi. Tingkat keberhasilan pengelolaan keuangan ini dapat diukur melalui nilai perusahaan (Fernandes & Wijaya, 2020). Perusahaan yang baik ditandai oleh kemampuannya dalam meningkatkan kinerja finansial dan non-finansial untuk mendorong pertumbuhan nilai perusahaan. Kapitalisasi pasar yang tinggi menjadi pusat perhatian utama di mata investor dan calon investor untuk melakukan investasi (Intara & Suwansin, 2024). Di lain sisi, nilai perusahaan juga mempresentasikan tingkat kesejahteraan para pemilik modal, di mana harga saham yang kian melonjak akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Utami et al., 2023).

Sejalan dengan pentingnya nilai perusahaan, berbagai faktor dapat memengaruhi tingkatannya, salah satunya adalah pengelolaan aset tak berwujud. Pada era digital, keberadaan aset tak berwujud dinilai dapat meningkatkan nilai perusahaan (Cosmulese et al., 2021). Aset tak berwujud, seperti merek, paten, dan teknologi, memiliki potensi besar untuk menarik perhatian positif dari investor (Petrusova et al., 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa aset tak berwujud berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Bahuwa et al., 2020; Perabawati et al., 2022). Namun, hasil yang

berlawanan juga ditemukan, terutama pada sektor industri yang kurang transparan dalam pengungkapan aset tak berwujudnya (Kasman et al., 2022; Khotimah & Nuswandari, 2022).

Dalam konteks ini, teknologi digital sebagai bagian dari aset tak berwujud telah membuktikan perannya dalam mendukung keberlangsungan dan mendorong pertumbuhan perusahaan di era modern (Kalluri, 2023; Trueba-Castañeda et al., 2024). Integrasi teknologi yang masuk dalam berbagai aspek operasional bisnis tidak hanya menciptakan efisiensi, tetapi juga mendorong transformasi digital yang mendalam (Akter et al., 2022). Proses ini melibatkan otomatisasi proses bisnis hingga analisis data canggih yang memungkinkan perusahaan mengoptimalkan operasional, memperkuat interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan daya saing di pasar global (Adesina et al., 2024; Matviienko-Biliaieva, 2022). Inovasi digital telah membuka peluang baru yang merata bagi perusahaan rintisan hingga korporasi multinasional, menempatkan adaptasi teknologi sebagai kebutuhan mendesak untuk tetap relevan dan kompetitif (Kurniawan et al., 2021).

Gojek merupakan contoh nyata transformasi digital di Indonesia. Sejak didirikan pada 2010, Gojek terus menyesuaikan layanannya dengan kebutuhan masyarakat. Pada 2021, Gojek mencapai puncak transformasinya melalui merger dengan Tokopedia yang membentuk GoTo, sebuah ekosistem digital yang mencakup transportasi, e-commerce, dan layanan keuangan (Ramadhani, 2023). Dampak transformasi digital juga turut dirasakan oleh sektor lain, seperti industri farmasi. Dalam menghadapi perkembangan teknologi yang pesat,

persaingan pasar yang ketat, dan perubahan regulasi, industri farmasi kini mengintegrasikan inovasi digital ke dalam berbagai aspek operasionalnya. Inovasi ini mencakup digitalisasi proses produksi, distribusi, layanan kesehatan daring seperti telemedicine, serta pemasaran digital. Penerapan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperluas jangkauan layanan dan memperkuat daya saing perusahaan farmasi di pasar global (Manrang et al., 2025).

Transformasi ini membuktikan bahwa inovasi bukan hanya alat untuk bertahan, tetapi juga menjadi kunci keberhasilan perusahaan untuk tumbuh pesat (Wijaya et al., 2019). Dalam konteks ini, memahami kebutuhan pelanggan, berkolaborasi dengan pihak eksternal, serta mengalokasikan sumber daya yang cukup untuk penelitian dan pengembangan menjadi faktor kritis untuk menghasilkan inovasi yang relevan (Boadi-Sarpong et al., 2023; Lalic et al., 2019).

Inovasi yang diterapkan oleh perusahaan dapat menciptakan diferensiasi produk atau jasa, yang pada gilirannya menghasilkan efisiensi biaya produksi serta peningkatan mutu layanan yang unggul. Hal ini sejalan dengan Theory of Absorptive Capacity, yang menekankan pentingnya inovasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Cohen & Levinthal, 1990). Selain itu, inovasi juga berfungsi sebagai strategi bisnis yang efektif untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar (Li et al., 2020). Dalam jangka panjang, inovasi bukan sekedar opsi, melainkan keharusan bagi perusahaan yang ingin tetap eksis di tengah kompetisi global.

Hubungan antara inovasi dan nilai perusahaan tidak hanya dilihat dari perspektif internal, tetapi juga melalui Teori Signaling yang diperkenalkan oleh (Spence, 1973). Menurut teori ini, perusahaan yang berinvestasi pada inovasi dan aset tak berwujud dapat mengirimkan sinyal positif kepada investor terkait laju ekspansi dan kestabilan finansial perusahaan. Sinyal tersebut tercermin dalam peningkatan harga saham, yang menunjukkan kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai jangka panjang (Akyunina & Kurnia, 2021).

Sebagai upaya untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap hubungan tersebut, penelitian ini tidak hanya mengkaji keterkaitan antara variabel independen, dependen, dan moderasi, tetapi juga mengintegrasikan variabel kontrol, yaitu ukuran perusahaan, struktur modal, dan keputusan investasi, guna meningkatkan validitas internal model. Ukuran perusahaan dikontrol karena skala operasional yang lebih besar dapat memengaruhi ketersediaan sumber daya dan akses terhadap pasar modal. Struktur modal diperhitungkan karena proporsi utang dan ekuitas dapat berdampak pada risiko keuangan dan fleksibilitas pendanaan perusahaan. Keputusan investasi turut dikendalikan karena aktivitas investasi mencerminkan prospek pertumbuhan dan kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya secara efisien.

Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji pengaruh aset tak berwujud terhadap nilai perusahaan, dengan peran inovasi moderasi dan kontrol faktor internal yang relevan dalam konteks ekonomi modern. Pendekatan ini

menekankan pentingnya Teori Signaling dalam memberikan sinyal positif kepada investor. Temuan ini diharapkan mampu menjadi referensi yang berguna bagi akademisi dan praktisi, dengan menawarkan wawasan strategis untuk pengelolaan aset yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi mendukung pengambilan keputusan manajerial yang lebih terinformasi dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

B. Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini ditetapkan untuk memastikan bahwa fokus kajian tetap terarah pada ruang lingkup variabel yang telah ditentukan, sehingga analisis mampu dilakukan secara intensif dan terstruktur. Studi ini mencakup entitas bisnis yang tercatat resmi di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2023 dan sesuai dengan aspek-aspek pemilihan sampel yang sudah ditetapkan. Pemilihan tahun 2023 dalam penelitian ini dilatarbelakangi oleh situasinya sebagai periode stabilisasi ekonomi nasional setelah pemerintah Indonesia mencabut semua pembatasan COVID-19 pada 30 Desember 2022 (Kapoor, 2022). Dengan pemberlakuan keputusan tersebut, perusahaan mulai menunjukkan konsistensi dalam pelaporan dan pengelolaan aset strategis, termasuk aset tak berwujud seperti paten, merek dagang, perangkat lunak, dan goodwill. Perkembangan ini terjadi tepat pada era ekonomi digital, di mana aset tak berwujud semakin berperan penting dalam menciptakan nilai perusahaan. Oleh karena itu, tahun 2023 dianggap relevan untuk merepresentasikan kondisi terkini pasca-pandemi dalam analisis aset bernilai strategis. Data penelitian didapat dari laporan

tahunan (annual report) dan laporan keuangan perusahaan yang tersedia di situs resmi perusahaan maupun di laman resmi BEI.

C. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang dan batasan masalah yang telah ditetapkan, rumusan masalah dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah aset tidak berwujud berpengaruh terhadap nilai ?
2. Apakah inovasi mampu memoderasi pengaruh aset tak berwujud terhadap nilai perusahaan ?

D. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan penelitian ini dirinci sebagai berikut:

1. Untuk memberikan analisis empiris terkait pengaruh aset tak berwujud terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk memberikan analisis empiris peran moderasi dari inovasi dalam mempengaruhi interaksi antara aset tak berwujud dengan nilai perusahaan.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau Signifikansi Penelitian ini terhadap Pengembangan Ilmu Pengetahuan yaitu:

1. Secara Teoritis :

Penelitian ini diproyeksikan mampu membawa kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen keuangan, khususnya terkait pengaruh aset tidak berwujud terhadap nilai perusahaan dan peran inovasi sebagai elemen strategis dalam memperkuat daya saing serta menciptakan keunggulan

jangka panjang melalui optimalisasi aset tak berwujud. Studi ini juga diharapkan dapat menjadi landasan teoritis dalam memahami bagaimana aset tidak berwujud berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan, serta menyoroti pentingnya inovasi sebagai pendorong utama dalam memaksimalkan potensi aset tersebut untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

2. Secara Praktis :

Secara praktis, penelitian ini ditujukan untuk menyajikan pemahaman bagi pengelola perusahaan dalam menata aset tidak berwujud secara lebih strategis, serta mendorong pemanfaatan inovasi sebagai alat untuk meningkatkan nilai perusahaan. Temuan dari studi ini juga dapat dijadikan acuan dalam perumusan kebijakan perusahaan guna memperkuat daya saing dan menciptakan keunggulan berkelanjutan melalui pengembangan aset tak berwujud yang efektif.

F. Definisi Operasional Variabel

Beragam jenis variabel yang akan diterapkan dalam penelitian ini. Adapun penelitian tersebut diantaranya variabel dependen, independen, moderasi, dan variabel kontrol. Setiap variabel tersebut diantaranya aset tak berwujud sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, inovasi sebagai variabel moderasi, kemudian ukuran perusahaan, struktur modal dan keputusan investasi sebagai variabel kontrol. Adapun keterangan masing-masing variabel agar memudahkan pemahaman yaitu sebagai berikut:

1. Aset Tak Berwujud (X)

Aset tak berwujud merupakan aset non- fisik yang menjadi milik oleh suatu entitas dan berpotensi menghasilkan keuntungan ekonomi di masa mendatang. Tidak seperti aset berwujud seperti gedung, kendaraan, atau mesin, aset tak berwujud tidak memiliki bentuk fisik, namun tetap menjadi aset yang bernilai dalam operasional perusahaan. Contoh umum dari aset tak berwujud meliputi hak paten, merek dagang, hak cipta, lisensi, goodwill (nilai lebih dari reputasi bisnis), dan perangkat lunak. Aset ini biasanya timbul dari hasil pengembangan internal atau akuisisi eksternal, dan dapat dimiliki atau dikendalikan melalui hak hukum atau kontrak.

2. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan representasi nilai ekonomi suatu entitas bisnis yang tercermin dari penilaian pasar terhadap aset dan prospek keuntungan di masa depan. Nilai ini mencerminkan persepsi investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba, menjaga stabilitas, serta mendorong pertumbuhan jangka panjang. Tingginya nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan pasar, yang berdampak pada kemudahan akses pendanaan dan peningkatan daya saing. Dalam praktik keuangan, peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama karena berkaitan erat dengan kesejahteraan pemegang saham dan kelangsungan usaha.

3. Inovasi

Inovasi merujuk pada penciptaan atau penerapan ide, produk, layanan, atau proses baru yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah atau solusi

yang lebih efisien terhadap masalah yang ada. Dalam konteks bisnis, inovasi tidak sebatas menciptakan produk baru, namun meliputi proses operasional, konsep bisnis, dan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing serta kinerja perusahaan. Keberhasilan inovasi sering kali bergantung pada kemampuan organisasi untuk menciptakan budaya yang mendukung kreativitas, pengelolaan sumber daya secara efektif, serta pemanfaatan teknologi yang tepat guna dalam mendukung pencapaian tujuan inovatif.

4. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Ukuran perusahaan yang berperan sebagai variabel kontrol merupakan suatu indikator yang memberikan gambaran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan, umumnya diukur melalui besaran total aset, pendapatan, jumlah karyawan, atau kapitalisasi pasar. Ukuran ini penting karena memengaruhi kemampuan perusahaan dalam mengakses pembiayaan, mengelola risiko, dan menjalankan operasional secara efisien.

5. Struktur Modal (*Capital Structure*)

Struktur modal perusahaan yang berperan sebagai variabel kontrol merupakan perimbangan antara hutang dan modal terkait pendanaan perusahaan. Pemilihan struktur modal yang tepat penting karena memengaruhi risiko dan pengembalian perusahaan. Struktur ini dapat meningkatkan nilai perusahaan jika dikelola secara optimal

6. Keputusan Investasi (*Investment Decisions*)

Keputusan investasi yang berperan sebagai variabel kontrol merupakan tata kelola perusahaan dalam mengoperasikan dana untuk kegiatan yang mendukung pertumbuhan dan keuntungan di masa depan. Keputusan ini penting karena berpengaruh langsung terhadap nilai dan kinerja perusahaan, serta mencerminkan strategi jangka panjang dalam menghadapi persaingan bisnis.