

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan merupakan indikator penting karena menunjukkan persepsi investor terhadap kondisi, kinerja, risiko, dan prospek perusahaan (Putri & Haryati., 2022). Penilaian pasar tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja keuangan, tetapi juga informasi manajerial mengenai strategi bisnis, kemampuan bersaing, pengelolaan sumber daya intelektual, dan hubungan perusahaan dengan pihak eksternal (Pangestuti et al., 2022). Informasi tersebut dapat menjadi sinyal yang memengaruhi keputusan investasi investor (Brigham., 2024). Oleh karena itu, keterbukaan informasi diperlukan agar investor dapat memahami kondisi dan prospek perusahaan secara lebih baik.

Manajer memiliki informasi internal yang lebih lengkap dibandingkan investor, sehingga penyampaian informasi perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal bagi pasar (Jolink & Niesten., 2021). Informasi positif mengenai kemampuan perusahaan mengelola persaingan, memanfaatkan aset intelektual, menekan risiko, dan menjaga keberlanjutan bisnis dapat meningkatkan kepercayaan investor. Sebaliknya, informasi negatif seperti kerugian, penurunan pendapatan, tingginya utang, atau lemahnya struktur keuangan dapat menurunkan kepercayaan investor dan berdampak pada nilai perusahaan (Houston., 2025).

Salah satu fenomena yang menggambarkan kondisi tersebut dapat dilihat pada PT Wijaya Karya (Persero) Tbk. atau WIKA. Pada tahun 2024, WIKA menghadapi tekanan kinerja keuangan yang ditunjukkan oleh kerugian perusahaan. Tekanan tersebut direspons negatif oleh pasar, yang ditandai dengan penurunan harga saham secara signifikan. Fenomena ini menunjukkan bahwa informasi negatif mengenai kinerja dan kondisi keuangan perusahaan dapat menurunkan kepercayaan investor, sehingga berdampak pada harga saham dan nilai perusahaan (Redaksi., 2024).

Selain mengalami tekanan kinerja, WIKA juga melakukan upaya perbaikan struktur keuangan melalui pembayaran utang usaha sebesar Rp3,29 triliun serta pembayaran obligasi dan sukuk sebesar Rp1,18 triliun. Upaya tersebut menunjukkan bahwa manajemen berusaha memperbaiki kondisi keuangan perusahaan di tengah tekanan industri konstruksi dan infrastruktur. Dalam perspektif teori sinyal, informasi mengenai kerugian, penurunan harga saham, restrukturisasi utang, serta ketidakpastian prospek dapat menjadi sinyal yang dipertimbangkan investor dalam menilai kondisi dan prospek perusahaan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa investor tidak hanya membutuhkan informasi keuangan, tetapi juga informasi strategis mengenai kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar, mengelola *intellectual capital*, dan memanfaatkan *political connection* secara transparan (PT Wijaya Karya (Persero) Tbk, 2025).

Berdasarkan fenomena tersebut, *product market competition* menjadi salah satu faktor yang dapat menjelaskan perubahan nilai perusahaan. Persaingan pasar mendorong perusahaan meningkatkan efisiensi, memperbaiki strategi bisnis, menjaga kualitas operasional, dan mempertahankan daya saing. Persaingan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memperoleh proyek, tetapi juga efisiensi biaya, reputasi, kemampuan teknis, ketepatan penyelesaian proyek, serta kepercayaan pemberi kerja dan investor. Liu et al., (2022) menjelaskan bahwa persaingan pasar dapat berperan sebagai mekanisme tata kelola eksternal karena tekanan kompetitif mendorong perusahaan lebih transparan dan responsif terhadap kepentingan pasar. Sejalan dengan, (Pangesti et al., 2024) menunjukkan bahwa *product market competition* berkaitan dengan nilai perusahaan karena dapat memengaruhi strategi dan kinerja perusahaan. Namun, tingkat persaingan yang tinggi juga dapat menekan margin laba dan meningkatkan risiko bisnis apabila tidak dikelola dengan baik.

Selain persaingan pasar, *intellectual capital* juga menjadi faktor penting dalam pembentukan nilai perusahaan. *Intellectual capital* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola pengetahuan, kompetensi karyawan, sistem organisasi, teknologi, inovasi, dan hubungan eksternal (Keter et al., 2024). *Intellectual capital* diperlukan untuk mendukung kemampuan teknis, efisiensi operasional, pengelolaan proyek, inovasi, dan pengendalian risiko. Hal ini penting karena perusahaan

infrastruktur beroperasi dalam lingkungan bisnis yang kompleks, membutuhkan keahlian teknis tinggi, dan bergantung pada pengelolaan sumber daya yang efektif. (Cahyono & Ardianto., 2024) menjelaskan bahwa *intellectual capital* mendukung kinerja perusahaan melalui pengelolaan sumber daya intelektual. Dengan demikian, pengelolaan *intellectual capital* yang baik dapat menjadi sinyal positif bagi investor karena menunjukkan kemampuan perusahaan menciptakan nilai tambah dan mempertahankan daya saing.

Di samping faktor internal dan persaingan pasar, *Political connection* juga menjadi faktor penting karena sektor infrastruktur berkaitan erat dengan regulasi, perizinan, pengadaan proyek, dan kebijakan pemerintah (Fitriana & Muslim., 2023). *Political connection* dapat memberikan akses strategis terhadap informasi, peluang proyek, dukungan kebijakan, pendanaan, dan hubungan eksternal (Tawfik et al., 2024). Hadi et al., (2023) menjelaskan bahwa *political connection* dapat memberikan keuntungan berupa kekuatan pasar, akses pinjaman, subsidi, keringanan pajak, dan perlindungan dari regulasi. Namun, *political connection* tidak selalu dipandang positif karena dapat menimbulkan risiko tata kelola, ketergantungan politik, atau konflik kepentingan (Amin & Cumming., 2023). Dalam penelitian ini *political connection* digunakan sebagai variabel moderasi karena dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *product market competition* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

Selain didukung fenomena empiris, pentingnya penelitian ini juga diperkuat oleh perbedaan hasil penelitian terdahulu. Babar & Habib., (2021) menunjukkan bahwa *product market competition* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena tekanan persaingan mendorong perusahaan menjadi lebih efisien, transparan, inovatif, dan mampu mengurangi masalah keagenan. Sebaliknya, (Firmansyah et al., 2024) menunjukkan bahwa *product market competition* dapat berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena persaingan yang tinggi dapat menekan margin laba, meningkatkan risiko bisnis, dan menurunkan penilaian pasar. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *product market competition* terhadap nilai perusahaan masih perlu dikaji kembali, khususnya pada sektor infrastruktur yang memiliki karakteristik padat modal, berbasis proyek jangka panjang, serta bergantung pada regulasi dan proyek pemerintah (Abbas et al., 2024).

Inkonsistensi hasil penelitian juga ditemukan pada variabel *intellectual capital*. Sulastri et al., (2021) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif. Pengelolaan pengetahuan, kompetensi karyawan, sistem organisasi, inovasi, dan hubungan bisnis yang baik dapat meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan nilai tambah, sehingga mendorong kepercayaan investor dan nilai perusahaan (Choirunnisyah., 2022). Namun, Ermawati et al., (2023) menemukan bahwa *intellectual capital* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

karena investasi pada sumber daya manusia, sistem organisasi, pengetahuan, dan inovasi belum tentu langsung menghasilkan manfaat ekonomi. Apabila biaya pengembangan *intellectual capital* lebih cepat terlihat dibandingkan hasilnya, investor dapat menilai hal tersebut sebagai beban yang menekan kinerja perusahaan.

Perbedaan penelitian ini terletak pada penggunaan *political connection* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *product market competition* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya umumnya menguji *product market competition*, *intellectual capital*, atau *political connection* secara terpisah terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mengintegrasikan faktor eksternal berupa *product market competition*, faktor internal berupa *intellectual capital*, serta faktor relasional-strategis berupa *political connection* dalam satu model penelitian. Penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh langsung *product market competition* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, tetapi juga menjelaskan peran *political connection* dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antarvariabel tersebut.

Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2025 karena sektor ini membutuhkan investasi besar, bergantung pada kesinambungan proyek, serta memiliki keterkaitan kuat dengan regulasi, perizinan, pendanaan, dan proyek pemerintah. Kondisi tersebut membuat nilai perusahaan sektor infrastruktur sensitif terhadap informasi mengenai kinerja keuangan,

kemampuan bersaing, pengelolaan *intellectual capital*, dan *political connection*. Berdasarkan fenomena penurunan nilai perusahaan, perbedaan hasil penelitian terdahulu, serta relevansi *political connection* sebagai variabel moderasi, maka penelitian ini dilakukan dengan judul **“Pengaruh *Product Market Competition* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Political Connection* sebagai Variabel Moderasi.”**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan fokus pada pokok masalah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2025.
2. Penelitian ini dibatasi pada variabel independen yaitu *Product Market Competition* dan *Intellectual Capital*, variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan, variabel moderasi yaitu *Political Connection*, serta variabel kontrol yaitu Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah yang sudah dijabarkan, untuk itu rumusan masalah pada studi ini meliputi:

1. Apakah *Product Market Competition* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?

2. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Political Connection* memperkuat pengaruh *Product Market Competition* terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Political Connection* memperkuat pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh *Product Market Competition* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Menguji pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Menguji peran *Political Connection* dalam memperkuat pengaruh *Product Market Competition* terhadap Nilai Perusahaan.
4. Menguji peran *Political Connection* dalam memperkuat pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori sinyal dalam menjelaskan nilai perusahaan. Informasi yang disampaikan manajer mengenai *Product Market Competition*, *Intellectual Capital*, dan *Political Connection* dapat menjadi sinyal bagi investor dalam menilai prospek

perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh informasi keuangan, tetapi juga oleh informasi strategis terkait daya saing, aset intelektual, dan hubungan eksternal perusahaan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai pengaruh *Product Market Competition* dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan dengan *Political Connection* sebagai variabel moderasi. *Political Connection* dapat menjelaskan apakah hubungan politik mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh kedua variabel tersebut terhadap nilai perusahaan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan perlu menyampaikan informasi yang jelas kepada investor mengenai strategi menghadapi persaingan pasar, pengelolaan *Intellectual Capital*, serta manfaat dan risiko *Political Connection*. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan perlu memperkuat daya saing melalui efisiensi, inovasi, dan peningkatan kualitas layanan. Perusahaan juga perlu mengoptimalkan *Intellectual Capital* melalui peningkatan kompetensi karyawan, pemanfaatan teknologi, dan perbaikan sistem organisasi. Selain itu, *Political Connection* perlu dikelola secara transparan agar menjadi dukungan strategis dan tidak menimbulkan konflik kepentingan.

- b. Bagi investor, Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor menilai perusahaan secara lebih komprehensif. Investor tidak hanya perlu memperhatikan laporan keuangan, tetapi juga kemampuan perusahaan dalam menghadapi *Product Market Competition*, mengelola *Intellectual Capital*, dan memanfaatkan *Political Connection*. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi, khususnya pada perusahaan sektor infrastruktur yang terdaftar di BEI.

