

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Pada penelitian ini terdapat 22 perusahaan, namun setelah dilakukan pengambilan sampel secara sengaja maka sampel yang memenuhi kriteria penelitian ini adalah 13 perusahaan. Berikut adalah sejarah singkat perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. .

1. Sejarah Singkat PT. FKS Food Sejahtera Tbk (AISA)

PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) didirikan pada tanggal 26 Januari 1990 dengan nama PT Asia Intiselera. Perusahaan mulai mlai beroperasi secara komersial pada tahun 1990. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan meliputi usaha bidang perdagangan, industry, perternakan, perkebunan. Pertanian, perikanan dan jasa. Sedangkan kegiatan usaha entitas anak meliputi usaha industry mie dan perdagang mie, khususnya mie kering, mie instan dan bihun, snack, industry biskuit, permen, pekebunan kelapa sawit, pembangkit tenaga listrik, pengolahan dan distribusi beras.

Kantor pusat Perusahaan berada di Jakarta. Lokasi pabrik mie kering, biscuit dan permen terletak di Sragen, Jawa Tengah. Usaha Perkebunan kelapa

sawit terletak di beberapa lokasi di Sumatra dan Kalimantan. Usaha pengelolaan dan distribusi beras terletak di Cingkaren, Jawa Barat dan Srage, Jawa Tengah.

Visi : Menjembatani potensi menuju kesuksesan.

Misi : Kami mengembangkan dan mengatur kombinasi tepercaya dari orang-orang, infrastruktur, dan proses di seluruh rantai nilai atas nama mitra dan pelanggan.

2. Sejarah Singkat PT. Bumi Teknokultura Unggul Tbk (BTEK)

PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk. mulai melakukan kegiatan komersialnya pada bulan Juni 2001. Pendirian berdasarkan Akta Notaris Rusman, S.H., Notaris pengganti Elliza Asmawel, S.H., No. 12 tanggal 6 Juni 2001 dan diubah dengan Akta Notaris Elliza Asmawel, S.H., No. 10 tanggal 5 Maret 2002. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. C-06880. HT.01.01. TH.2002 tanggal 23 April 2002 dan telah didaftarkan di Kantor Pendaftaran Perusahaan Kota Madya Jakarta Selatan No.880/ BH. 09.03/V/2002 tanggal 7 Mei 2002, serta telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 80 tambahan No.9565 tanggal 7 Oktober 2003.

Sesuai dinamika perkembangan usaha saat itu, bidang usaha Perseroan mengalami perluasan dan perubahan. Awalnya bergerak dalam bidang bioteknologi pertanian, lalu juga dalam bisnis pembibitan, baik untuk tanaman kehutanan, tanaman pangan, tanaman obat-obatan, tanaman hias tropis,

pembalakan kayu, serta perdagangan kayu bulat (log). Masih dalam bidang kehutanan, pada tahun 2015 Perseroan mengakuisisi sejumlah perusahaan yang memiliki Ijin Usaha Pemanfaatan Hasil Hutan Kayu. Hingga pada tahun 2016 Perseroan memulai bisnis penghasil bahan baku industri consumer goods, dengan mengambilalih saham Golden Harvest Cocoa Pte.Ltd. yang memiliki anak perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan biji kakao. Selanjutnya pada tahun 2018, guna meningkatkan kinerja finansialnya, Perseroan melakukan Tahun 2018, Perseroan melakukan aksi korporasi yakni penjualan seluruh saham yang dimiliki Perseroan (divestasi) di sektor kehutanan.

Dengan demikian bidang usaha yang sedang dijalankan Perseroan kini terpusat pada pengolahan biji kakao yang merupakan bahan baku industri consumer goods atau makanan dan minuman (F & B). Sebagai perusahaan terbuka yang senantiasa menjaga kredibilitasnya, Perseroan telah mampu menghadirkan produk bahan baku bagi industri consumer goods dengan kualifikasi ekspor berkat dukungan teknologi terdepan dan tenaga ahli berpengalaman luas di industri tersebut. Perseroan menjunjung tinggi etika dan manajemen terbaik, serta terus membangun kekuatan kompetitif dan peluang bisnis sebagai produsen bahan baku consumer good terkemuka.

Visi : Menjadi Perusahaan terkemuka dalam mengelola sumberdaya alam dan mengolah produk-produk berkualitas tinggi menuju tercapainya kelestarian usaha dan lingkungan.

Misi : Mengelola sumberdaya alam berasaskan kelestarian produksi, sosial, lingkungan dan usaha, Menghasilkan produk olahan kakao dan produk sumber daya alam lainnya yang berkualitas tinggi serta berstandar Internasional.

3. Sejarah Singkat PT. Budi Starch Sweetener Tbk (BUDI)

PT Budi Starch & Sweetener Tbk (Perusahaan) merupakan salah satu Perusahaan yang bernaung di bawah kelompok usaha Sungai Budi Group (SBG). SBG didirikan di Lampung pada tahun 1947, hanya beberapa saat setelah Indonesia merdeka. Pada saat ini, SBG telah berkembang menjadi salah satu kelompok usaha di bidang agribisnis terbesar di Indonesia.

Bisnis awal SBG meliputi perdagangan kopi, lada hitam, gapek dan sejumlah komoditas hasil pertanian lainnya. Di bawah kepemimpinan Bapak Widarto, Chairman dari SBG dan Bapak Santoso Winata Deputy Chairman, SBG telah berkembang pesat dan diversifikasi keluar Lampung terutama di pulau Jawa, Kalimantan dan kota-kota besar lainnya di Indonesia. Saat ini, SBG merupakan produsen utama di tepung tapioka dan tepung beras, dan salah satu pemain utama di industri kelapa sawit dan produk turunannya serta sederet produk yang digunakan sebagai bahan baku industri makanan, kertas, kembang gula, kimia, dan sebagainya.

Perusahaan didirikan pada tahun 1979 dengan nama PT North Aspac Chemical Industrial Company. Pada tahun 1988, nama PT North Aspac Chemical Industrial Company berubah menjadi PT Budi Acid Jaya dimana

pemakaian kata Acid berasal dari nama produk yang dihasilkan oleh Perusahaan yaitu asam sitrat (citric acid). Pada awalnya, Perusahaan hanya memiliki 1 (satu) pabrik asam sitrat. Sejalan dengan pertumbuhan dalam SBG dan sesuai dengan rencana SBG untuk melakukan Penawaran Umum Perdana atas saham-saham Perusahaan, maka untuk meningkatkan nilai tambah, Perusahaan direorganisasi menjadi produsen yang berbahan dasar singkong dengan produk utama asam sitrat (citric acid) dan tepung tapioka (tapioca starch).

Visi : Menjadi Produsen Berbahan Dasar Singkong Terintegrasi dengan menerapkan konsep “Lingkungan Hijau”

Misi : Menjaga Lingkungan Hijau sekaligus meningkatkan daya saing Perusahaan dengan melakukan efisiensi biaya produksi dengan mengkonversi limbah cair Perusahaan menjadi listrik untuk menggantikan bahan bakar solar dan listrik PLN, serta mengolah limbah padat menjadi pupuk organik

4. Sejarah Singkat PT. Wilmar Cahaya Kalbar Tbk (CEKA)

Berdasarkan Akta No. 1 tanggal 3 Februari 1968, yang ditandatangani di hadapan Mochamad Damiri, Notaris di Pontianak, PT Cahaya Kalbar Tbk, yang sebelumnya bernama CV Tjahaja Kalbar, didirikan di Pontianak. Berdasarkan Akta Pendirian No. 49 tanggal 9 Desember 1980 yang ditandatangani di hadapan Mochamad Damiri, Notaris di Pontianak, status badan hukum perusahaan berubah menjadi perseroan terbatas Berdasarkan akta dari Tommy Tjoa Keng Liet, SH, dan Mochamad Damiri, keduanya Notaris di Pontianak, anggaran dasar

Perseroan telah mengalami beberapa kali perubahan, dan dengan Surat Keputusan No. C2-1390.HT.01.01.TH.88 tanggal 17 Februari 1988, Menteri Kehakiman Republik Indonesia telah mengesahkan akta-akta tersebut.

Sektor minyak nabati dan minyak nabati khusus, serta perdagangan umum, impor, dan ekspor, termasuk dalam kegiatan usaha perusahaan. Pada tahun 1971, Perusahaan mulai menjalankan kegiatan usaha. Kantor pusat perusahaan berlokasi di kawasan industri Jababeka II, Jalan Industri Selatan 3 Blok GG No.1, Cikarang, Bekasi 17550, Jawa Barat. Fasilitas produksi perusahaan berlokasi di Kawasan Industri Jababeka, Cikarang, Jawa Barat dan Pontianak, Kalimantan Barat.

Visi : Menjadi perusahaan kelas dunia di sektor minyak nabati dan minyak nabati khusus.

Misi : memproduksi barang berkualitas tinggi dan menawarkan layanan pelanggan yang luar biasa kepada semua pelanggan, meningkatkan kompetensi dan keterlibatan karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan, mengembangkan bisnis secara menguntungkan dan berkelanjutan serta menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dan karyawan, dan membina hubungan yang kuat dengan semua pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, pemasok, masyarakat, dan pemerintah.

5. Sejarah Singkat PT. Sariguna Primatirta Tbk (CLEO)

Tanobel adalah merek dari PT Sariguna Primatirta, yang didirikan pada tahun 2003 dan merupakan produsen air minum dalam kemasan (AMDK) pertama di Indonesia yang mendapatkan sertifikasi manajemen keamanan pangan ISO 22000 pada tahun 2005.

Tanobel adalah kombinasi dari Tan dan Nobel. Tan diambil dari nama keluarga yang mendirikan bisnis ini, yaitu keluarga Tanoko, yang secara aktif berpartisipasi dalam menciptakan barang-barang berkualitas tinggi. Sedangkan istilah Nobel atau Noble menunjukkan persetujuan atas barang yang unggul dan kepuasan konsumen. Tan dan Nobel merupakan singkatan dari keinginan untuk menciptakan barang dan jasa yang luar biasa yang layak mendapatkan Hadiah Nobel. Tanobel didirikan pada tahun 2003 dan saat ini terus berkembang dan berevolusi menjadi sebuah bisnis yang mampu menyediakan produk dengan kualitas terbaik. Setiap produk dibuat dengan menggunakan sistem keamanan pangan HACCP yang mengikuti metode produksi berstandar internasional, sehingga menghasilkan produk berkualitas tinggi dan aman untuk dikonsumsi. Tanobel kini menjadi rumah bagi sejumlah produk. Super O2 dan Cleo adalah dua di antaranya.

Kami tidak hanya berdedikasi untuk menyediakan produk dengan kualitas terbaik, tetapi kami juga berpikir bahwa memulai dengan personel yang hidup dengan nyaman dan sejahtera akan memberikan dampak positif pada proses pengembangan produk berkualitas tinggi. Delivering Wonderful Life adalah

dedikasi kami untuk meningkatkan kesejahteraan fisik dan mental setiap individu untuk membantu mereka menjalani kehidupan yang memuaskan, memiliki keinginan yang kuat untuk maju, dan berkembang menjadi panutan bagi masyarakat.

Visi : Menjadi perusahaan minuman nasional yang terdepan di Indonesia.

Misi : Menghasilkan produk minuman yang berkualitas tinggi, inovatif dan mudah didapatkan melalui proses produksi yang berstandar internasional dan terintegrasi dengan jaringan manufaktur yang tersebar di seluruh Indonesia.

6. Sejarah Singkat PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA)

PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) didirikan pada tanggal 15 Juni 1970, dan mulai beroperasi sebagai perusahaan komersial pada tahun 1933. Kantor pusat dan pabrik DLTA terletak di Jalan Inspeksi Tarum Barat, Bekasi Timur-Jawa Barat. Archipel Brouwerij adalah nama yang digunakan saat pabrik "Anker Bir" didirikan pada tahun 1932. Kepemilikan perusahaan ini mengalami sejumlah perubahan sepanjang sejarahnya hingga akhirnya berubah menjadi PT Delta Djakarta pada tahun 1970. Grup San Miguel, yang berbasis di Filipina, termasuk di dalamnya DLTA. Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, kegiatan utama DLTA meliputi produksi dan distribusi bir hitam dengan merek "Anker", "Carlsberg", "San Miguel", "San Mig Light", dan "Kuda Putih", serta bir pilsener. Selain itu, DLTA membuat dan memasarkan produk minuman non-alkohol di bawah merek.

Visi : Mendominasi pasar Indonesia untuk minuman berbasis malt.

Misi : Menggunakan personel dan mitra bisnis yang dapat diandalkan dan akan menyediakan minuman dengan kualitas dan keamanan terbaik dengan harga yang paling kompetitif, yang akan memberikan hasil terbaik bagi konsumen.

7. Sejarah Singkat PT. Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI)

PT. Buyung Poetra Sembada (PT. BPS) berdiri di Jakarta 16 September 2003, adapun tujuan didirikannya PT. BPS adalah sebagai bentuk pengembangan usaha dari Toko Buyung Palembang (berdiri sejak tahun 1977) untuk mendistribusikan beras TOPIKOKI di Jakarta.

Pemasaran PT BPS pertama dilakukan di Pasar Tradisional Jakarta, seiring berjalannya waktu, PT BPS melebarkan pasar ke Pasar Modern, dengan memasok Beras TOPIKOKI, di Alfa Supermarket, sesudah itu dilanjutkan ke Hypermart, Carrefour , Hero Giant, Superindo, Lotte, Jogja, Tip Top, Naga Swalayan dll. Dan distribusi beras TOPIKOKI untuk Modern Market berdasarkan kerjasamanya bersifat Nasional (Seluruh Indonesia). Karena adanya trend House Brand Modern Market, maka PT BPS juga mensuplai beras House Brand ke Modern Market seperti Hypermart, Giant, Carrefour, Jogja, Lotte dan juga Jaringan Minimarket Indomaret. Dengan semakin tingginya persaingan pasar dan permintaan Konsumen, maka PT BPS mengeluarkan merk-merk baru seperti LIMAS, BPS dan Belida (beras Pera) yang sangat cocok untuk membuat Lontong dan Ketupat, PT BPS juga menjual beras menir (Broken Rice)

yang terdiri dari Broken Rice IR 64 dan Broken Rice IR 42 yang sangat cocok untuk pabrik bihun.

Berbekal Pengalaman yang sudah cukup lama dan penggunaan teknologi pengolahan beras modern terbaru dan quality control membuat PT. Buyung Poetra Sembada dapat menyediakan beras berkualitas tinggi sesuai dengan permintaan dari konsumen. Seiring berjalannya waktu, pada tanggal 26 April 2013 PT BPS mendirikan cabang di daerah Surabaya, Jawa Timur untuk melancarkan distribusi beras TOPIKOKI dan Produk PT BPS lainnya di area Timur Indonesia.

Visi : Agar seluruh masyarakat Indonesia dapat mengkonsumsi beras berkualitas.

Misi : Untuk memproduksi dan mendistribusikan beras berkualitas tinggi ke seluruh wilayah Indonesia.

8. Sejarah Singkat PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)

Sudono Salim mendirikan Panganjaya Intikusuma pada tahun 1990. Saat ini, perusahaan ini dikenal sebagai PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (sebelumnya dikenal sebagai PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Gizindo Primanusantara, PT Indosentra Pelangi, PT Indobiskuit Mandiri Makmur, dan PT Ciptakemas Abadi) (IDX: ICBP). Pada tahun 1990, bisnis ini berganti nama menjadi Indofood.

Selain mengeksport bahan makanan ke Australia, Asia, dan Eropa, Indofood bertransisi menjadi perusahaan yang menawarkan Total Food Solutions, dengan

kegiatan yang mencakup semua fase proses produksi makanan, mulai dari pembuatan dan pengolahan bahan mentah hingga barang jadi yang dipajang di rak-rak toko. Misi Indofood sebagai perusahaan pionir di bidang pangan adalah untuk terus berinovasi, fokus pada kebutuhan konsumen, menghadirkan merek-merek unggulan dengan kinerja yang tak tertandingi, menghadirkan produk-produk berkualitas yang disukai konsumen, terus meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia, berkontribusi secara berkelanjutan terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, serta meningkatkan imbal hasil bagi para pemegang saham.

Visi : Menjadi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan produk bermutu, berkualitas, aman untuk dikonsumsi dan menjadi pemimpin di industri makanan.

Misi : Menjadi perusahaan transnasional yang dapat membawa nama Indonesia di bidang industri makanan.

9. Sejarah Singkat PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)

Pertama kali berdiri dengan nama PT. Panganjaya Intikusuma yang didasarkan pada Akta No. 249 tanggal 15-11-1990 dan diubah kembali dengan Akta No.171 tanggal 20-6-1991, semuanya dibuat dihadapan Benny Kristanto, SH, Notaris di Jakarta dan sudah mendapatkan persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan NO.C2-2915 HT.01.01Th.91 tanggal 12-7- 1991, serta telah didaftarkan di Pengadilan Negeri

Jakarta Selatan dibawah No.579,580 dan 581 tanggal 5- 8-1991, serta dipublikasikan dalam Berita Negara Republik Indonesia No.12 tanggal 11-2-1992. Tambahan No.611 Perusahaan berubah nama dari PT. Panganjaya Intikusuma menjadi PT. Indofood Sukses Makmur, berdasarkan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang dinyatakan dalam akta Pernyataan Keputusan Rapat No. 51 tanggal 5-2-1994 yang dibuat oleh Benny Kristianto, S.H., Notaris di Jakarta.

Perseroan adalah Produsen mie instan yang meliputi pembuatan mie dan pembuatan bumbu mi instan serta pengolahan gandum menjadi tepung. Fasilitas produksi untuk produk mi instan terdiri dari 14 pabrik yang tersebar di Pulau Jawa, Sumatra, Kalimantan dan Sulawesi, sedangkan untuk bumbu mi instan terdiri dari 3 pabrik di Pulau Jawa dan untuk pengolahan gandum terdiri dari 2 pabrik di Jakarta dan Surabaya yang didukung oleh 1 pabrik kemasan karung tepung di Citereup.

Visi : Perusahaan Solusi Makanan Komprehensif .

Misi : Memberikan solusi kebutuhan pangan secara berkelanjutan Senantiasa meningkatkan kapabilitas karyawan, proses produksi dan teknologi.

10. Sejarah Singkat PT. Mayora Indah Tbk (MYOR)

Perusahaan produksi makanan terkemuka di Indonesia adalah PT Mayora Indah Tbk. Salah satu perusahaan Fast Moving Consumer Goods Industry yang terkenal di seluruh dunia adalah Mayora Indah. Mayora Indah telah

memproduksi berbagai macam produk berkualitas tinggi dengan merek Kopiko, Dannisa, Astor, Energen, Torabika, dan lain-lain. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada 17 Februari 1977 sebagai bisnis biskuit rumahan kecil, tetapi sejak saat itu mampu berkembang dengan cepat menjadi salah satu grup perusahaan paling terintegrasi di Indonesia. Transisi perusahaan menjadi perusahaan publik dan pencatatan perdana sahamnya di Bursa Efek Jakarta sejak 4 Juli 1990 menjadi tonggak penting dalam perkembangan bisnis ini, yang kemudian berkembang pesat di tahun-tahun berikutnya, hingga akhirnya membangun operasi di seluruh ASEAN. Salah satu inisiatifnya adalah mendirikan fasilitas produksi dan beberapa kantor pemasaran di berbagai negara Asia Tenggara.

Dengan inovasi-inovasi terbaru yang dilakukan perusahaan semakin memperkokoh posisi Mayora di pasar global. Terbukti bahwa produk-produk Mayora tidak hanya mampu memenuhi konsumen yang ada di dalam negeri saja, namun telah menjangkau konsumen luar negeri bahkan hampir menyebar di seluruh dunia. Hasil ini dapat dicapai berkat dukungan dari jaringan distribusi yang kuat selain tersedianya fasilitas dengan sistem logistik dan pengelolaan gudang yang modern. Selain itu, perusahaan telah menerapkan tiga visi utama perusahaan yang menjadi acuan pengelolaan di antaranya menjadi produsen makanan dan minuman berkualitas yang dipercaya oleh konsumen baik di pasar domestik dan internasional serta mengendalikan pangsa pasar yang signifikan dalam setiap kategori, memberikan nilai tambah bagi seluruh pemegang saham

perusahaan dan memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan negara di mana perusahaan beroperasi.

Visi : Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.

Misi : Dapat memperoleh Laba Bersih Operasional diatas rata rata industri dan memberikan value added yang baik bagi seluruh stakeholders Perseroan, Dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan Negara.

11. Sejarah Singkat PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI)

Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) (Sari Roti) didirikan 08 Maret 1995 dengan nama PT Nippon Indosari Corporation dan mulai beroperasi komersial pada tahun 1996. Kantor pusat dan salah satu pabrik ROTI berkedudukan di Kawasan Industri MM 2100 Jl. Selayar blok A9, Desa Mekarwangi, Cikarang Barat, Bekasi 17530 – Jawa Barat, dan pabrik lainnya berlokasi di Kawasan Industri Jababeka Cikarang blok U dan W – Bekasi, Pasuruan, Semarang, Makassar, Purwakarta, Palembang, Cikande dan Medan. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Nippon Indosari Corpindo Tbk, antara lain: Indoritel Makmur Internasional Tbk (DNET) (31,50%), Bonlight Investments., Ltd (25,03%) dan Pasco Shikishima Corporation (8,50%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup usaha utama ROTI bergerak di bidang pabrikasi, penjualan dan distribusi roti (roti tawar, roti

manis, roti berlapis, cake dan bread crumb) dengan merek "Sari Roti". Pendapatan utama ROTI berasal dari penjualan roti tawar dan roti manis. Pada tanggal 18 Juni 2010, ROTI memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham ROTI (IPO) kepada masyarakat sebanyak 151.854.000 dengan nilai nominal Rp100,- per saham saham dengan harga penawaran Rp1.250,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 28 Juni 2010.

Visi : Senantiasa tumbuh dan mempertahankan posisi sebagai perusahaan roti terbesar di Indonesia melalui penetrasi pasar yang luas dan dalam dengan menggunakan jaringan distribusi yang luas untuk menjangkau Konsumen di seluruh Indonesia.

Misi : Memproduksi dan mendistribusikan beragam produk yang halal, berkualitas tinggi, higienis dan terjangkau bagi seluruh Konsumen Indonesia.

12. Sejarah Singkat PT. Sekar Laut Tbk (SKLT)

Pada tanggal 19 Juli 1976, Sekar Laut Tbk (SKLT) didirikan, dan pada tahun 1976 mulai melakukan kegiatan usaha. Kantor pusat SKLT beralamat di Wisma Nugra Santana, Lt. 7, Suite 707, Jln. Jend. Jend. Sudirman Kav. 7-8, Jakarta 10220; cabang Surabaya di Jalan Raya Darmo No. 23-25; dan pabrik di Jalan Jenggolo II/17 Sidoarjo. PT Alamiah Sari (pengendali) (26,16%), Malvina Investment Limited (17,22%), Shadforth Agents Limited (13,39%), Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (BBNI) QQ KP2LN Jakarta III (12,54%), dan Omnistar

Investment Holding Limited merupakan beberapa pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Sekar Laut Tbk..

Sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SKLT meliputi produksi kerupuk, saus tomat, saus sambal, rempah-rempah, dan makanan ringan serta penjualan barang-barangnya baik lokal maupun internasional. SKLT menjual produknya dengan merek FINNA. Dalam rangka Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) sebanyak 6.000.000 Saham SKLT dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp4.300,- per saham, SKLT memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK pada tahun 1993. Pada tanggal 8 September 1993, saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

Visi : Menjadi perusahaan makanan kelas dunia yang terdepan dan selalu berkembang, serta menjaga keseimbangan sumber daya alam dan lingkungan hidup secara berkelanjutan.

Misi : Menciptakan, mengembangkan serta memelihara kualitas dan ketersediaan produk-produk makanan yang inovatif demi memenangkan kepercayaan konsumen, dengan memperhatikan setiap tahapan proses sesuai dengan prinsip HACCP dan halal.

13. Sejarah Singkat PT. Siantar Top Tbk (STTP)

PT. Siantar Top, Tbk merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri makanan ringan (food industries) perusahaan ini berlokasi di jalan Raya Medan Tanjung Morawa Km 12,5 Desa Bangun Sari, Kabupaten Deli Serdang. PT. Siantar Top, Tbk dimulai dari bentuk industri rumah tangga yaitu pada tahun 1972 di Sidoarjo dengan produk yang pertama kali dibuat adalah kerupuk ubi dengan jumlah karyawan 5 orang. Seiring dengan bertambahnya jenis produk yang dihasilkan dan juga jumlah permintaan sehingga pada tahun 1987 didirikan suatu pabrik dalam skala yang cukup besar dengan nama PT. Siantar Top, Tbk yang berlokasi di Sidoarjo (Surabaya).

Perusahaan semakin berkembang pesat dan pada tahun 1996 mencatatkan sahamnya di lantai Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia). Mengembangkan usaha dan pendistribusikan produk yang dihasilkan pada tahun 1997 PT. Siantar Top, Tbk melakukan ekspansi ke pulau Sumatera, khusus ke Sumatera Utara, sehingga pada tahun 1997 dibangun pabrik di Jalan Raya Medan Tanjung Morawa Km 12,5 Desa Bangun Sari Kabupaten Deli Serdang dan mulai beroperasi tahun 1998, dimana jenis produk yang dihasilkan yaitu Biskuit, Mie goreng, Mie spix dan kemudian terus bertambah hingga pada saat ini ada sekitar ±30 jenis produk.

Visi : Berkembang menjadi bisnis terdepan di pasar yang terus berkembang dan berkembang untuk kebahagiaan semua orang..

Misi : Menjadi perusahaan pelopor produk produk dengan TASTE SPECIALIST. Menyediakan produk yang kompetitif harganya, terjamin mutu, halal dan legalitasnya.

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Data yang disajikan dalam penelitian ini berasal dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021. Berdasarkan teknik *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 13 perusahaan yang layak untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Setiap variabel dihitung dengan menggunakan serangkaian rumus dan indikator yang terpisah sehingga dapat berfungsi sebagai alat pengukuran yang tepat dan dapat diterapkan untuk penelitian ini. Hasil dari perhitungan setiap variabel tercantum di bawah ini :

1. Intellectual Capital

Berbasis informasi sekunder yang diperoleh dari dokumen keuangan perusahaan yang menjadi sampel penelitian, terdapat informasi mengenai *Intellectual Capital* tahun 2017 – 2021 sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Nilai VAIC perusahaan

Kode Perusahaan	VAIC				
	2017	2018	2019	2020	2021
AISA	-24.09	0.82	-0.89	9.34	-1.74
BTEK	1.51	5.22	0.71	-23.43	-0.22
BUDI	4.99	5.02	4.87	4.44	4.69
CEKA	5.31	4.08	8.52	5.89	6.46
CLEO	3.86	3.96	6.08	5.78	6.98
DLTA	7.17	7.46	6.25	3.67	5.12
HOKI	4.49	7.53	9.43	4.83	3.17
ICBP	5.96	5.71	6.49	6.96	7.38
INDF	4.09	3.83	4.07	4.72	5.36
MYOR	7.78	7.26	9.47	8.54	5.86
ROTI	2.14	1.77	2.25	1.86	2.42
SKLT	2.21	2.38	2.69	2.53	2.66
STTP	6.74	6.20	9.00	9.76	8.21

Sumber: Data yang diolah (2023)

Tabel 4.1 menjelaskan variabel *intellectual capital* dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator *value added intellectual coefficient* (VAICTM) dari 13 perusahaan yang memberikan makna bahwa semakin besar nilai modal intelektual (VAICTM) perusahaan, maka semakin efisien penggunaan modal perusahaan tersebut dalam menciptakan value added bagi perusahaan. Perusahaan yang mampu memanfaatkan VAICTM secara efisien, maka kinerja perusahaannya akan meningkat. Pada tabel AISA memiliki nilai VAICTM sangat berbeda dengan yang lainnya yaitu lebih mengarah pada nilai negatif artinya perusahaan tersebut bisa dikatakan tidak efektif dalam menggunakan modal perusahaan berbeda dengan STTP yang memiliki nilai sangat tinggi

dibandingkan perusahaan 13 perusahaan lainnya hal ini berlaku terbaik dari perusahaan AISA dimana STTP sangat efektif dalam mengelola modal perusahaan walaupun pada tahun 2021 sempat mengalami penurunan.

2. Struktur Modal

Berbasis informasi sekunder yang diperoleh dari dokumen keuangan perusahaan yang menjadi sampel penelitian, terdapat informasi mengenai *Struktur Modal* tahun 2017 – 2021 sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Nilai *DER* perusahaan

Kode Perusahaan	DER				
	2017	2018	2019	2020	2021
AISA	-1.59	-1.53	-2.13	1.43	1.15
BTEK	1.67	1.28	1.32	1.54	1.67
BUDI	1.46	1.77	1.33	1.24	1.16
CEKA	0.54	0.20	0.23	0.24	0.22
CLEO	1.22	0.31	0.62	0.47	0.35
DLTA	0.17	0.19	0.18	0.20	0.30
HOKI	0.21	0.35	0.32	0.37	0.48
ICBP	0.60	0.51	0.45	1.06	1.16
INDF	0.88	0.93	0.77	1.06	1.07
MYOR	1.03	1.06	0.92	0.75	0.75
ROTI	0.62	0.51	0.51	0.38	0.47
SKLT	1.07	1.20	1.08	0.90	0.64
STTP	0.69	0.60	0.34	0.29	0.19

Sumber: Data yang diolah (2023)

Tabel 4.2 menjelaskan variabel struktur modal dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator *Debt to Equity Ratio* (DER).

Perhitungan indikator *Debt to Equity Ratio* (DER) dari 13 perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman selama tahun 2017-2021 memberikan makna nilai DER perusahaan cenderung tidak stabil dalam kurun waktu 2017-2021 dengan nilai rata-rata DER 0.63 atau 63% dari keseluruhan perusahaan. Perusahaan sample terendah dengan nilai DER dimiliki oleh AISA dengan nilai DER tahun 2017 sebesar -1.59 , 2018 sebesar -1.53 , 2019 sebesar -2.13 , 2020 sebesar 1.43 , 2021 sebesar 1.15 dengan rata-rata nilai DER sebesar -0.15. ini dapat menandakan jika nilai DER yang memiliki nilai minus maka perusahaan AISA tidak sehat dalam mengelola hutangnya.. Perusahaan dengan nilai DER tertinggi dimiliki oleh BTEK dengan nilai DER tahun 2017 sebesar 1.67 , tahun 2018 sebesar 1.28 , tahun 2019 sebesar 1.32 , tahun 2020 sebesar 1.54 dan pada tahun 2021 sebesar 1.67 dengan rata-rata nilai DER sebesar 1.50 . Meskipun nilai DER tinggi akan tetapi bukan berarti bahwa BTEK memiliki kondisi keuangan yang buruk.

3. *Koneksi Politik*

Berbasis informasi sekunder yang diperoleh dari dokumen keuangan perusahaan yang menjadi sampel penelitian, terdapat informasi mengenai *Koneksi Politik* tahun 2017 – 2021 sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Skala Dumby perusahaan

Kode Perusahaan	Dumby				
	2017	2018	2019	2020	2021
AISA	0	0	0	0	0
BTEK	0	0	0	0	0
BUDI	1	1	1	1	1
CEKA	1	1	1	1	1
CLEO	1	1	1	1	1
DLTA	1	1	1	1	1
HOKI	1	1	1	1	1
ICBP	1	1	1	1	1
INDF	1	1	1	1	1
MYOR	0	0	0	0	0
ROTI	1	1	1	1	1
SKLT	1	1	1	1	1
STTP	0	0	0	0	0

Sumber: Data yang diolah (2023)

Tabel 4.3 menjelaskan variabel Koneksi Politik dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator *Skala Dumby*.

Perhitungan indikator Koneksi Politik dari 13 perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman selama tahun 2017-2021 memberikan makna ada kestabilan dalam koneksi politik perusahaan namun pada setiap masing – masing perusahaan tidak semuanya memiliki koneksi politik. Sehingga memberikan gambaran jelas bahwa perusahaan yang mempunyai koneksi politik diperusahaan akan cenderung memiliki keuntungan dalam perusahaan karena terdapat keuntungan yang tidak dimiliki oleh perusahaan yang tidak berkoneksi politik. Semakin besar koneksi politik yang dimiliki pada suatu perusahaan akan berpengaruh positif dengan perusahaan dalam meningkatkan keuntungannya.

Perhitungan indikator *Skala Dumbly* dari 13 perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman selama tahun 2017-2021. Dari hasil tabel diatas didapat bahwa perusahaan yang memiliki koneksi politik dari setiap tahun adalah BUDI, CEKA, CLEO, DLTA, HOKI, ICBP, INDF, ROTI, SKLT. Sedangkan perusahaan yang tidak menjalin Koneksi politik dari tahun ke tahun yaitu AISA, BTEK, MYOR, STTP.

4. Nilai Perusahaan

Berbasis informasi sekunder yang diperoleh dari dokumen keuangan perusahaan yang menjadi sampel penelitian, terdapat informasi mengenai *Nilai Perusahaan* tahun 2017 – 2021 sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Nilai PBV perusahaan

Kode Perusahaan	PBV				
	2017	2018	2019	2020	2021
AISA	-0.46	-0.16	-0.33	4.38	2.18
BTEK	0.41	2.74	1.08	1.39	1.48
BUDI	0.35	0.35	-0.28	0.34	0.58
CEKA	0.85	0.84	0.88	0.84	0.81
CLEO	5.57	5.36	8.53	6.71	5.63
DLTA	3.21	3.43	4.49	3.45	2.96
HOKI	1.70	3.08	3.48	0.92	3.36
ICBP	5.11	5.37	0.50	2.22	1.85
INDF	1.42	1.31	1.28	0.76	0.64
MYOR	6.14	6.86	4.62	5.38	4.02
ROTI	2.80	2.55	2.60	2.61	2.95
SKLT	2.47	3.05	2.92	2.66	3.09
STTP	4.12	2.98	2.74	4.66	3.00

Sumber: Data yang diolah (2023)

Tabel 4.4 menjelaskan variabel nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator *PBV*

Perhitungan indikator *PBV* dari 13 perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman selama tahun 2017-2021. *PBV* menunjukkan nilai pengembalian dari setiap investasi yang diperkirakan oleh pasar keuangan pada saat ini. *PBV* mencerminkan kemungkinan tingkat pertumbuhan perusahaan membaik jika lebih besar. Dalam tabel diatas CLEO memiliki nilai *PBV* lebih tinggi dibandingkan 13 perusahaan lainnya yang artinya pertumbuhan perusahaan semakin baik walaupun 2020 dan 2021 menurun, namun nilai *PBV* perusahaan tersebut masih lebih tinggi dibandingkan dengan lainnya sedangkan AISA memiliki nilai *PBV* lebih rendah dari perusahaan lainnya artinya perusahaan tersebut mengalami kesulitan dalam pertumbuhan.

C. Hasil Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda, yang digunakan dalam penelitian ini, menunjukkan hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen. Program SPSS digunakan untuk pengelolaan data dalam metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif dimaksudkan untuk memberikan penjabaran mengenai variabel penelitian melalui nilai rata-rata, nilai maksimal, nilai minimal dan tingkat standar deviasi data kuantitatif variabel yang diteliti.

Hasil analisis deskriptif mengenai variabel Intellectual Capital (VAIC), Struktur Modal (DER), Koneksi Politik, dan Nilai Perusahaan (PBV) dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4. 5
Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	65	-0.46	8.53	2.6593	1.98864
Intellektual Capital	65	-24.09	9.76	4.0548	5.63118
Struktur Modal	65	-2.13	1.77	0.6378	0.69072
Koneksi Politik	65	0	1	0.6923	0.46513
Valid N(listwise)	65				

Sumber: Data yang diolah (2023)

Berdasarkan Hasil Uji Deskriptif diatas, Penjelasan dari masing-masing variabel dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Variabel Nilai Perusahaan (Y), dari data diatas bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum -46 sedangkan untuk nilai maksimum sebesar 8.53, nilai rata-rata Nilai Perusahaan sebesar 2.6593 dan standar deviasi Nilai Perusahaan adalah 1.98864
- 2) Variabel Intellectual Capital (X1), dari data diatas bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum -24.09 sedangkan untuk nilai maksimum sebesar 9.76 , nilai rata-rata Intellectual Capital sebesar 4.0548 dan standar deviasi Intellectual Capital adalah 5.63118
- 3) Variabel Struktur Modal (X2), dari data diatas bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum -2.13 sedangkan untuk nilai maksimum sebesar 1.77 , nilai rata-rata Struktur Modal sebesar 0.6378 dan standar deviasi Struktur Modal adalah 0.69072

- 4) Variabel Koneksi Politik (X3), dari data diatas bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 0 sedangkan untuk nilai maksimum sebesar 1 , nilai rata-rata Koneksi Politik sebesar 0.6923 dan standar deviasi Koneksi Politik adalah 0.46513

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan pada pengujian ini mencakup uji normalitas, Uji multikolinearitas, Uji autokorelasi, dan Uji heteroskedastisitas.

2.1 Uji Normalitas

Kriteria analisis statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) Test menyatakan bahwa data dianggap terdistribusi secara normal jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05; sebaliknya, jika nilai signifikansinya lebih rendah dari 0,05, maka data dianggap tidak terdistribusi secara normal..

Tabel 4. 6
Hasil Uji Normalitas

	Sig.	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	0,064	Normal

Sumber: Data yang diolah (2023)

Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov terlihat jelas bahwa semua data terdistribusi secara normal karena nilai signifikansi atau probabilitas sebesar 0,064 lebih besar dari 0,05.

2.2 Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah ada korelasi antara variabel independen yang ditemukan oleh model regresi. Menganalisis matriks korelasi dari variabel-variabel independen akan mengungkapkan

adanya multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Simpulan
Intellectual Capital (VAIC)	0.930	1.075	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Struktur Modal (DER)	0.969	1.032	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Koneksi Politik (Dumby)	0.955	1.047	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data yang diolah (2023)

Setelah dilakukan pengujian multikolonieritas, tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , hal ini menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel dalam penelitian ini yang menunjukkan adanya gejala multikolonieritas.

2.3 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah ada masalah autokorelasi pada persamaan regresi linier berganda. Pengujian ini menggunakan metode uji Durbin-Watson pada tabel berikut :

Tabel 4. 8
Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	Keterangan
1.894	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data yang diolah (2023)

Menurut hasil tabel diatas didapat bahwa nilai DW adalah 1.894 dan untuk menentukan nilai dari dU dan 4-dU dapat dilihat di tabel DW, $\alpha=5\%$ untuk $n=65$ dan $k=2$ maka dapat diperoleh nilai dU dan 4-dU

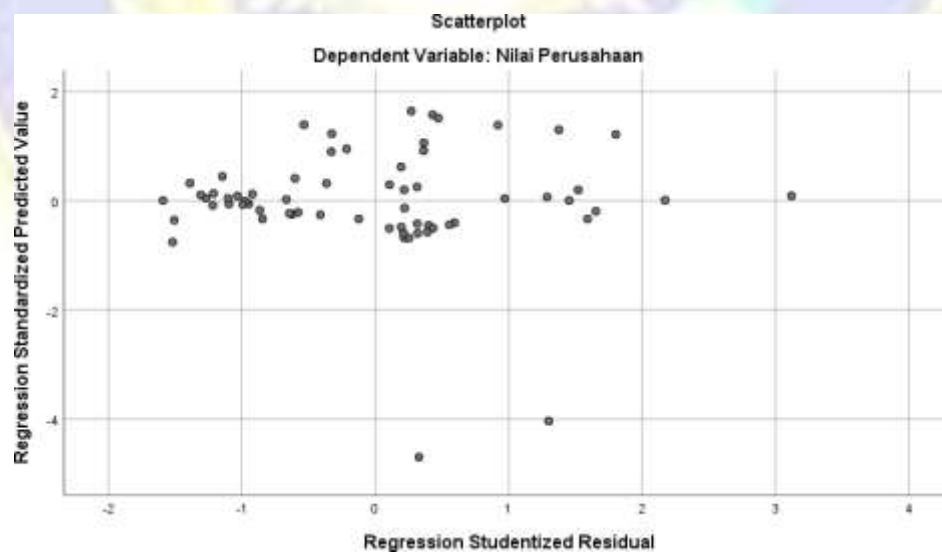
sebesar 1.6960 dan 2.3040 dengan demikian nilai DW terletak diantara nilai dU dan 4-dU, $dU < DW < 4-dU$ atau $1.6960 < 1.894 < 2.3040$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini tidak terjadi autokorelasi.

2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini menentukan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika terjadi, maka disebut sebagai homoskedastisitas; jika terjadi perbedaan, maka disebut sebagai heteroskedastisitas. Jika tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, maka model regresi yang baik adalah model regresi yang baik.

Berdasarkan hasil output SPSS maka hasil uji heteroskedastisitas pada gambar berikut :

Tabel 4. 9
Hasil Uji Grafik *Scatter Plot*



Melalui hasil yang ditunjukkan dalam gambar tersebut terlihat bahwa semua variabel bebas menunjukkan hasil yang menyebar atau tidak membentuk sebuah pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis pada penelitian ini mencakup uji signifikansi simultan (Uji F) dan Uji hipotesis parsial (Uji t).

3.1 Uji F

F-Test atau Analysis of Variance (ANOVA) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model yang memberikan kontribusi signifikan terhadap variabel dependen atau tidak secara simultan/bersamaan. Berikut adalah temuan dari SPSS untuk F-test pada tabel berikut

Tabel 4. 10
Hasil Uji F Intellectual Capital (X1), Struktur Modal (X2), dan Koneksi Politik (X3) Terhadap Nilai Perusahaan (Y) Secara Simultan

	Sig.	Keterangan
Nilai Sig. Output Anova	< 0.022	Terdapat Pengaruh Variabel X1, X2, dan X3 terhadap Y secara simultan

Sumber: Data yang diolah (2023)

Dalam tabel diatas memperlihatkan informasi tentang berpengaruh atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama) dan dapat diperoleh keterangan bahwa nilai signifikansi uji F sebesar $0.022 < 0.05$. Hal ini mengindikasikan bahwa Intellectual Capital,

Struktur Modal dan Koneksi Politik mampu berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan

3.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabelin dependen secara individual terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1) Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 4. 11
Hasil Uji Parsial (Uji T) Intellectual Capital (X1)
Terhadap Nilai Perusahaan (Y)

	Sig.	Koefisien β	Keterangan
Intellectual Capital	0.004	0.132	Terdapat Pengaruh Variabel X1 terhadap Y

Sumber: Data yang diolah (2023)

Hasil analisis hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Intellectual Capital sebesar 0.132 positif dengan nilai signifikansi $0.004 < 0.05$. Hal ini mengindikasikan bahwa Intellectual Capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan sehingga hipotesis 1 diterima.

2) Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 4. 12
Hasil Uji Parsial (Uji T) Struktur Modal (X2)
Terhadap Nilai Perusahaan (Y)

	Sig.	Koefisien β	Keterangan
Struktur Modal	0.704	0.132	Tidak terdapat Pengaruh Variabel X2 terhadap Y

Sumber: Data yang diolah (2023)

Hasil analisis hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Intellectual Capital sebesar 0.132 positif dengan nilai signifikansi $0.704 > 0.05$. Hal ini mengindikasikan bahwa Struktur modal berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan sehingga hipotesis 2 ditolak.

3) Pengaruh Koneksi Politik terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 4. 13
Hasil Uji Parsial (Uji T) Koneksi Politik (X3)
Terhadap Nilai Perusahaan (Y)

	Sig.	Koefisien β	Keterangan
Koneksi Politik	0.222	-0.639	Tidak terdapat Pengaruh Variabel X3 terhadap Y

Sumber: Data yang diolah (2023)

Hasil analisis hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Intellectual Capital sebesar 0.639 negatif dengan nilai signifikansi $0.222 > 0.05$. Hal ini mengindikasikan bahwa Koneksi Politik berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan sehingga hipotesis 3 ditolak.

4. Uji Regresi linier Berganda

Tabel 4. 14
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien β	Standar Error
Konstanta	2.484	0.469
Intellectual Capital	0.132	0.043
Struktur Modal	0.132	0.346
Koneksi Politik	- 0.639	0.518

Sumber: Data yang diolah (2023)

Menurut pada tabel diatas maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2.484 + 0.132X_1 + 0.132X_2 - 0.639X_3$$

Arti persamaan regresi linier berganda tersebut adalah :

1. Nilai konstanta 2484 menunjukkan bahwa variabel Intellectual Capital, Capital Structure dan Political Connection jika nilainya nol maka nilai perusahaan yang diperoleh adalah 2484.
2. Nilai koefisien IC adalah 0,132 dengan nilai positif. Artinya untuk setiap kenaikan modal intelektual sebesar 1, nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,132 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Nilai koefisien SM adalah 0.132 dengan nilai positif. Artinya untuk setiap kenaikan Struktur Modal sebesar 1, nilai Perusahaan akan meningkat sebesar 0.132 dengan asumsi variabel yang lain tetap.
4. Nilai koefisien KP adalah -0.639 dengan nilai negatif. Artinya untuk setiap kenaikan Koneksi Politik sebesar 1, nilai Perusahaan akan menurun sebesar 0.639 dengan asumsi variabel yang lain tetap.

D. Pembahasan Hasil Temuan Penelitian

1. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS dapat diinterpretasikan bahwa intellectual capital memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan dukungan arah positif, sehingga dapat dimaknai bahwa semakin tinggi intellectual capital yang dimiliki oleh perusahaan dapat dikelola dengan baik maka akan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Resource Based Theory menjelaskan terkait tentang kelebihan atau kekuatan suatu perusahaan jika mempunyai kualitas dalam bersaing sehingga dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan dan Modal intelektual merupakan nilai inheren yang tidak dapat dipisahkan dari laporan keuangan dan merupakan komponen yang dapat membantu perusahaan menjadi lebih kompetitif, sedangkan Nilai perusahaan merupakan tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, yang dapat dicapai dengan cara memaksimalkan present value dari seluruh keuntungan pemegang saham, yang meningkat seiring dengan harga saham yang dimiliki yang terus meningkat.

Berdasarkan hasil analisis data dan teori yang relevan serta definisi variable penelitian maka hasil penelitian ini dapat dimaknai bahwa teori *Resource Based Theory* menjelaskan bahwa perusahaan harus mampu mengelola aset tak berwujud agar memiliki kinerja yang efektif dan efisien sehingga tercipta nilai tambah bagi investor dan meningkatkan persepsi yang baik tentang perusahaan selain itu perusahaan yang mampu mengelola sehingga dalam perusahaan manufaktur sangat dibutuhkan pengelolaan Aset dan modal yang efektif dan efisien sebab perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang terus bergerak berdasarkan kebutuhan primer setiap manusia dan menjadi kebutuhan sekunder berdasarkan kemampuan seseorang sehingga proses peningkatan variable *intellectual capital* dalam

memperbaiki hubungan manajemen dengan *stakeholders* sebagai proses pelaporan kinerja pada kualitas intangible asset yang semakin baik yang di proksikan pada nilai VAIC. Meningkatnya intangible asset akan membawa peningkatan yang baik pada citra perusahaan manufaktur yang ditandai dengan nilai saham yang diminati oleh para investor sebagai tempat investasi yang tidak memiliki risiko tinggi dengan dasar kekuatan *intellectual capital* pada perusahaan manufaktur.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ikhran Hafiz Rahmadi dan Ali Mutasowifin (2021) yang menunjukkan bahwa Intellectual Capital memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS dapat diinterpretasikan bahwa Struktur Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dimaknai bahwa semakin rendah Struktur Modal yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin rendah juga Nilai Perusahaan.

Teori Trade off menjelaskan terkait struktur modal akan dikatakan optimum jika adanya balance antara biaya financial distress dengan masalah keagenan dan manfaat dari menggunakan leverage dan utang (*tax -shield*) maka dikatakan struktur modal optimum. Struktur Modal ialah pemakaian liabilitas jangka panjang atas ekuitas, penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* dalam mengukur struktur modal, sebagian kelompok rasio

utang dimana semakin besar rasio utang maka semakin besar pula pemakaian dana liabilitas dari modal perusahaan, yang kemudian akan berakibat terhadap stok pendanaan untuk menggenapi pembiayaan perusahaan dan akan dapat mempengaruhi dari Nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi indikator penting bagi para investor dan memiliki kontribusi besar saat para investor melakukan keputusan investasi, hal ini dikarenakan nilai perusahaan seringkali dipandang sebagai hasil penilaian pasar kepada suatu perusahaan, yang seringkali dikaitkan dengan harga saham perusahaan itu

Berdasarkan hasil analisis data dan teori yang relevan serta definisi variable penelitian maka hasil penelitian ini dapat dimaknai bahwa teori *Trade Off* menjelaskan bahwa perusahaan harus mampu mengelola modal mereka secara optimum sehingga tercipta nilai tambah bagi investor dan meningkatkan persepsi yang baik tentang perusahaan sehingga dalam perusahaan manufaktur sangat dibutuhkan pengelolaan utang untuk modal mereka yang diukur oleh DER yang dapat meningkatkan tingkat produksi untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Tetapi dalam hasil penelitian ini memberikan makna bahwa perusahaan manufaktur belum bisa mengoptimalkan penggunaan DER untuk peningkatan nilai perusahaan, karena dalam pasar modal indonesia pergerakan harga saham dan penciptaan nilai tambah perusahaan disebabkan oleh keadaan pasar. Perusahaan yang memiliki peningkatan hutang akan dapat mengurangi pendapatan perusahaan

karena menimbulkan beban dan resiko kebangkrutan semakin tinggi. Nilai rasio DER yang bagus adalah kurang dari 1 jika melebihi dari nilai tersebut maka bisa dikatakan bahwa pengelolaan DER didalam perusahaan tersebut tidak bagus dan bisa dijadikan alasan mengapa investor akan lebih berhati-hati pada perusahaan yang memiliki rasio hutang tinggi. Dan kemungkinan lain bahwa perusahaan tidak memfokuskan dalam pengelolaan utang mereka untuk modal (DER) tetapi tetapi pada ke pengelolaan asetnya (DAR) karena manfaat dari manajemen aset adalah untuk mempertahankan nilai aset perusahaan. Dengan perencanaan yang matang, perusahaan dapat mengurangi risiko untuk memenuhi kewajiban mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rizky Maulana dan Andreas Vernando (2022) yang menjelaskan bahwa hubungan politik tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Koneksi Politik terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS dapat diinterpretasikan bahwa Koneksi Politik tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dimaknai bahwa semakin rendah Koneksi Politik yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin rendah juga Nilai Perusahaan.

Keterkaitan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen dijelaskan oleh pengertian keagenan. Pihak yang disewa oleh pemegang saham untuk mewakili kepentingan mereka dikenal sebagai manajemen. Akibatnya, manajemen bertanggung jawab kepada pemegang

saham untuk semua kegiatannya. Koneksi politik adalah akses dimana perusahaan memiliki kemudahan di dalam pemerintahan, perusahaan yang menjalin keterikatan dengan politikus ataupun birokrat berpotensi mendapatkan keuntungan dari hubungannya tersebut. Keuntungan yang akan diperoleh, seperti, pemeriksaan pajak yang lebih longgar, bantuan (*bailed-out*) ketika mengalami kesulitan keuangan, biaya bunga dan persyaratan pinjaman dari bank BUMN yang lunak, sedangkan Nilai perusahaan merupakan gambaran dari keadaan dan kondisi dari sebuah perusahaan. Harga pasar saham yang mewakili pendapat investor atas setiap ekuitas yang dimiliki perusahaan merupakan salah satu pandangan yang dapat digunakan untuk menentukan nilai suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis data dan teori yang relevan serta definisi variable penelitian maka hasil penelitian ini dapat dimaknai bahwa *Teori Agensi* tidak dapat digunakan dalam menjelaskan tentang hubungan koneksi politik yang dapat digunakan dalam peningkatan dari nilai perusahaan karena dalam hasil penelitian ini memberikan makna bahwa baik dan tidaknya pengelolaan perusahaan akan sangat nampak pada respon pasar yang tercermin dalam nilai perusahaan sehingga koneksi politik tidak sepenuhnya memberikan dampak yang kuat dalam pengelolaan perusahaan sebab perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang kebutuhan primer dan harus memiliki kelayakan sertifikasi uji BPOM untuk produk mereka agar masyarakat percaya bahwa produk mereka layak

sehingga hubungan koneksi politik tidak dapat untuk mempengaruhi dalam proses perijinan tersebut karena bisa beresiko bagi perusahaan jika diketahui bahwa perusahaan melakukan kecurangan yang tidak sesuai dan memenuhi standart-standart kelayakan produk yang ada. Pengelolaan perusahaan Manufaktur sendiri tidak terdominasi dengan adanya koneksi politik melainkan sebuah kecakapan direksi dalam merencanakan, mengelola dan mengevaluasi kepentingan perusahaan sehingga sebuah koneksi politik hanya akan mempermudah suatu keadaan tertentu yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah namun tetap dalam kesuaian aturan yang berlaku tidak dalam tumbuh kembang perusahaan yang berkaitan dengan investor yang akan berdampak pada meningkat atau menurunnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Yolanda Pratimi dan Poppy Camenia (2020) yang menunjukkan bahwa Koneksi Politik tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

4. Pengaruh Intellectual Capital, Struktur Modal, dan Koneksi Politik terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS dapat diinterpretasikan bahwa variable *intellectual capital*, struktur modal dan koneksi politik berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan

Uraian hasil interpretasi dan pendapat serta teori yang mendukung dapat dimaknai bahwa tinggi atau rendahnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya dari intellectual capital yang dimiliki oleh

perusahaan. Perusahaan yang mampu mengelola dan meningkatkan intellectual capital berarti melakukan peningkatan dalam bidang sumber daya manusia, memperbaiki hubungan dengan stakeholders dan meningkatkan sistem perusahaan dengan baik. Dimana Human capital (HC) menunjukkan kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia yang dengan anggapan bahwa SDM atau karyawan merupakan asset perusahaan karena memiliki pengetahuan dan pengalaman. ketika manajemen sebagai human capital perusahaan mampu mengelola pengeluaran modal dan memutuskan apakah akan menggunakan modal sendiri (ekuitas) atau modal asing (utang/pinjaman), kebijakan struktur modal ini sangat berpengaruh terhadap kegiatan operasional perusahaan. Bagi perusahaan penting untuk memutuskan secara bijak dalam penggunaan dana dari pinjaman, guna menghindari resiko bisnis yang besar, sebab meskipun dengan adanya utang cenderung akan menstabilkan keadaan keuangan perusahaan namun kondisi ini tentu harus disesuaikan dengan keadaan perusahaan dan bagaimana perusahaan tersebut memaksimalkan dana utang tersebut. Untuk mendapatkan pendanaan dengan biaya bunga dan persyaratan pinjaman yang lebih lunak maka diperlukannya koneksi politik. Koneksi politik sendiri adalah hubungan perusahaan dengan pemerintah yang dimanfaatkan untuk mendatangkan nilai ekonomis. Tidak semua perusahaan memiliki dan dapat menjalin hubungan dengan regulator, sehingga kondisi ini menguntungkan perusahaan karena memiliki akses lain dalam mendapatkan pendanaan. Dukungan pemerintah terhadap perusahaan

juga meningkatkan kepercayaan kreditur karena dianggap kecil kemungkinan perusahaan mengalami gagal bayar. Sehingga *intellectual capital*, *struktur modal* dan *koneksi politik* secara bersama-sama dapat mempengaruhi *nilai perusahaan*.

Hasil penelitian ini tidak didukung dan tidak sependapat dengan penelitian sebelumnya sehingga adanya pengaruh simultan memberikan makna keterbaruan pembahasan dalam penelitian ini sebagai gambaran bahwa *variable* yang digunakan dalam penelitian saling berhubungan dengan skala ukuran masing-masing.

