BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory)*

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan konsep keagenan yaitu sebuah kontrak dengan *principal yang* menyewa *agent* untuk melakukan kontribusi bagi kepentingan mereka (*principal)* dengan memberikan beberapa wewenang pembuatan keputusan kepada *agent*, sedangkan menurut Eisenhart (1989), teori agensi memiliki dua masalah yang dapat terjadi, yakni adanya konflik kepentingan dan adanya *risk sharing.* Dari penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa teori keagenan ini juga dapat dipahami sebagai bentuk perjanjian satu atau lebih orang dengan orang lain untuk melakukan beberapa pelayanan atas nama mereka. Dalam perjanjian tersebut terdapat wewenang serta kewajiban bagi masing- masing pihak, yakni *principal* maupun *agent.*

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri, sedangkan para *agent* diasumsikan menerima kepuasan bukan saja dari kompensasi keuangan tetapi juga dari syarat-syarat yang terlibat dalam hubungan agensi, seperti kemurahan jumlah waktu luang, kondisi kerja yang menarik, dan jam kerja yang fleksibel. Sedangkan pihak *principal* memiliki ekspetasi atas kinerja perusahaan adalah baik, sehingga memberikan *benefit* yang optimal pula bagi mereka.

Teori keagenan merupakan dasar teori dalam praktik bisnis perusahaan yang diterapkan selama ini. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu pemangku kepentingan (*stakeholder*) dengan pihak yang menerima wewenang (*agent*) yaitu manajer perusahaan. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Manajemen diharapakan dapat memberikan *benefit* berupa pengembalian dana investasi seperti perolehan *return* saham pada investasi saham yang tinggi.

Hubungan antara *principal* dan *agent* dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (*asymmetrical information*) karena *agent* berada pada posisi yang memiliki informasi lebih detail tentang perusahaan, dibandingkan dengan *principal* (Samosir, 2017). Dalam kondisi yang asimetri tersebut, *agent* dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba. Praktik ini didorong karena adanya kepentingan personal dari pihak *agent* dalam mencapai kinerja manajemen tertentu. Tindakan *agent* ini bertujuan untuk memperlihatkan bahwa kinerjanya optimal dan profesional, dengan dicerminkan oleh kondisi keuangan yang baik.

Wewenang manajemen dapat diawasi agar tidak disalahgunakan, dengan cara melakukan *monitoring* atau pengawasan oleh pihak *principal* maupun melibatkan manajemen langsung. Kegiatan pengawasan ini tentunya akan membutuhkan biaya, biaya tersebut dinamakan *agency cost. Agency cost* ini dapat dikurangi dengan mensejajarkan kepentingan antara *principal* dan *agent.* Dalam penelitian ini variabel yang berkaitan dengan teori agensi adalah implementasi *good corporate governance* (GCG).

2.1.2 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory)*

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa adanya keselarasan antara konsep tanggung jawab sosial perusahaan dan konsep *stakeholder.* Dengan adanya teori ini, mencerminkan bahwa sebuah perusahaan harus memperhatikan *stakeholder*- nya, terutama dalam pengambilan keputusan.

Kelompok *stakeholder* adalah semua pihak yang keberadaanya terikat dan mempengaruhi perusahaan (Purwanto, 2011). *Stakeholder* dapat dibedakan menjadi dua, yakni *stakeholder* primer (pemilik, investor, karyawan, dan konsumen) dan *stakeholder* sekunder (pemerintah, masyarakat umum, dan lingkungan). Terkait dengan hal ini, program pengungkapan tanggung jawab sosial harus dikelola secara baik. Sebab dalam pengelolaan tanggung jawab ini, dapat mempengaruhi hubungan antara *agent* dengan *stakeholder.*

Dalam menjalin hubungan bisnis yang baik, pihak *agent* harus mampu memberikan *output* (laporan kinerja perusahaan) yang relevan dan aktual, sehingga dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder* dalam pengambilan keputusan. Jika pihak *agent* tidak bertindak secara profesional dan transparan dengan kondisi perusahaan, hal ini dapat mempengaruhi keputusan investasi para *stakeholder.*

Stakeholder dapat menilai kinerja perusahaan salah satunya dengan laporan keuangan maupun laporan tahunan yang dilaporkan perusahaan. Laporan keuangan menjadi sumber informasi utama dan sebagai acuan bagi *stakeholder* dalam mengambil keputusan. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari rasio profitabiltas, solvabilitas, dan lain-lain. Dalam penelitian ini variabel yang berkaitan dengan laporan keuangan adalah *earning management, profitabilitas, leverage,* dan struktur modal.

Selain menganalisa laporan kinerja perusahaan melalui laporan keuangan, hubungan antara *agent* dan *principal* ini juga dapat dikaitkan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perushaan (CSR). CSR yang telah dilakukan perusahaan harus diungkapkan dan dilaporkan dalam *annual report* perusahaan. Sebab dengan pengungkapan CSR ini, *stakeholder* dapat memantau sejauh mana perusahaan menggunakan alokasi dana investasi untuk memenuhi tanggungjawab lingkungan sosial dan sekitarnya. Selain itu, dengan adanya pengungkapan laporan

keuangan dan *annual report,* perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari *stakeholder.*

2.1.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan suatu sistem atau kode etik perusahaan terhadap masyarakat di sekitar perusahaan, pemerintah, individu, maupun kelompok masyarakat. Sistem ini mengandung seperangkat tindakan ataupun program perusahaan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat yang ada di daerah sekitar perusahaan. (Nuratul dan Cholid, 2016).

Perusahaan melakukan segala bentuk aturan, norma, maupun keinginan masyarakat di sekitar perusahaan bertujuan untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Dengan adanya dukungan dari masyarakat, diharapkan perusahaan dapat melakukan segala bentuk aktivitas operasional dengan optimal, tanpa adanya perlawanan atau penolakan dari masyarakat sekitar. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial.

Legitimasi pada penelitian ini dapat dinilai dari variabel CSR dan ukuran perusahaan. Dengan adanya program CSR merupakan salah satu wujud bentuk tanggung jawab perusahaan untuk masyarakat. Perusahaan mencoba memahami dan menerapkan berbagai macam program CSR untuk dapat meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap segala bentuk aktivitas dan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan aspek lingkungan maupun sosial di sekitar perusahaan.

Perusahaan yang telah mendapatkan dukungan, simpati, serta diterima oleh masyarakat akan mudah melakukan segala macam usaha untuk melakukan ekspansi bisnisnya. Tentu segala tindakan dan kebijakan tetap didasarkan pada kode etik yang diinginkan masyarakat sekitar perusahaan. Dengan melakukan ekspansi bisnis, sehingga dapat mengembangkan skala perusahaan menjadi semakin lebih besar (ukuran perusahaan semakin besar). Jika skala usaha semakin luas dan berkembang, disetai dengan adanya kepercayaan dari *stakeholder* maka akan menyebabkan nilai perusahaan juga semakin baik.

2.1.4 Teori Pensinyalan (*Signaling Theory)*

Teori signal adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan harus memberikan sinyal kepada pihak ekternal. Manurut Renaldi (2015) s*ignaling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi.

Pada teori ini menjelaskan bahwa perusahaan akan membagikan atau menerbitkan informasi-informasi yang melebihi seharusnya. Hal ini dimaksudkan agar para pemangku kepentingan percaya bahwa perusahaan memiliki kondisi yang jauh lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang lain. Tujuan selanjutnya adalah informasi ini dapat mempengaruhi keputusan investor. Pemberian sinyal ini akan memberikan interpretasi kepada pasar, apakah perusahaan memberikan sinyal baik *(good news)* atau sinyal buruk (*bad news).* Indikator pensinyalan yang dapat menjadi bahan pertimbangan keputusan pemangku kepentingan adalah pengungkapan program CSR, kondisi struktur modal, dan kondisi keuangan dan non keuangan lain.

2.1.5 Nilai Perusahaan (*Firm Value)*

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Pengertian nilai perusahaan adalah sebagai berikut (Sartono, 2010:487):

> "Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu".

Pengertian lain dari nilai perusahaan adalah (Harmono, 2009:233):

> "Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk olehpermintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan".

(Noerirawan, 2012) nilai perusahaan adalah :

> "Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini".

Nilai perusahaan yang dikutip dari jurnal Brigham dan Erdhadt (2005:518),

> *"Corporate value which is the present value of expected free cash flow, discounted at a weight average cost of capital".*

Kutipan di atas dapat diartikan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai sekarang (*present value*) dari *free cash flow* di masa yang akan datang pada tingkat diskosto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal. *Free cash flow* merupakan arus kas yang tersedia bagi investor setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran yang

berkaitan dengan operasional perusahaan dan pengeluaran untuk investasi serta aset lancar bersih.

Sedangkan nilai perusahaan dalam jurnal Gitman (2006: 352),

"the actual amount per share of common stock that would be received if all the firm's assets were sold for their market value".

Kutipan di atas dapat diartikan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai aktual per lembar saham dari saham biasa yang akan diterima ketika seluruh aset perusahaan dijual sesuai dengan harga saham.

Kesimpulan dari beberapa definisi tersebut di atas yaitu nilai perusahaan dapat diukur dengan cara membandingkan hasil kinerja perusahaan yang diukur dari laporan keuangan. Nilai perusahaan merupakan presepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham selain itu, nilai suatu perusahaan juga dapat diukur dengan tingkat perolehan laba yang tinggi. Namun, *firm value* juga dapat diindikatorkan dengan faktor lain, baik faktor keuangan ataupun non keuangan. Peningkatan nilai perusahaan memiliki cakupan yang sangat kompleks, yakni tidak hanya diindikatorkan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, namun masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Safitri dan Fadjrih, 2016).

Hubungan antar agen dan prinsipal dapat dikaitkan dengan upaya perusahaan meningkatkan kesejahteraan atau kemakmuran para pemangku kepentingan. Kesejahteraan pemangku kepentingan dapat dipenuhi, ketika perusahaan juga telah mampu mencapai tujuannya. Tujuan dari sebuah perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan (*firm value).*

2.1.5.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik dapat meningkatkan ketertarikan investor untuk berinvestasi di perusahaannya. Sebab, investor akan memiliki persepsi bahwa perusahaan dengan *firm value* yang baik, maka akan berpengaruh juga terhadap keberlangsungan perusahaan. Tujuan normatif suatu perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi para pemegang saham, yang dalam jangka pendek bagi perusahaan *go public* tercermin pada harga pasar saham perusahaan yang bersangkutan di pasar modal (Sudana, 2011). Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan karena:

a. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.

b. Mempertimbangkan faktor risiko.

c. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.

2.1.5.3 Jenis- jenis Nilai Perusahaan

Terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan yakni sebagai berikut (Yulius dan Tarigan, 2007:3):

1. **Nilai Nominal**.
   Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.
2. **Nilai Pasar**.
   Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. **Nilai Intrinsik**.
   Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. **Nilai Buku**.
   Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.
5. **Nilai Likuidasi**.
   Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

Dalam penelitian ini peneliti lebih menekankan pada jenis nilai perusahaan berdasarkan nilai pasar. Nilai perusahaan berdasarkan nilai pasar dapat tercermin dari harga saham perusahaan. Ketika harga saham suatu perusahaan naik, maka akan semakin meningkatkan kepercayaan *stakeholder* terhadap kemapuan perusahaan dalam memeberikan *return* pada kondisi tertentu. Harga saham perusahaan naik, juga dapat diartikan bahwa kinerja perusahaan (kinerja keuangan) baik, sehingga mampu menaikkan harga saham perusahaan di pasar bursa.

2.1.5.4 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila saham perusahaan tersebut dijual. Pengukuran nilai perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan harga saham. Harga saham perusahaan yang telah tercatat di pasar bursa dan diperjualbelikan di pasar bursa merupakan indikator untuk nilai perusahaan tersebut (Husnan dan Pudjiastuti, 2006:210), selain itu nilai

perusahaan dapat dinilai dari kemakmuran para pemegang saham yang dapat diukur dengan harga saham perusahaan di pasar bursa (Hasnawati, 2005:117).

Dari pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham perusahaan. Harga saham yang terbentuk merupakan hasil dari kesepakatan antara *demand- supply* investor, sehingga diperoleh hargsa saham yang *fair* (*fair price*). Harga saham yang semakin tinggi, maka semakin meningkatkan pula nilai perusahaan, yang berarti kemakmuran *stakeholder* juga semakin meningkat. Adapun beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006:110). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham. Kegunaan *price earning ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share*-nya. *Price earning ratio* (PER) berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk berkembang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *Price earning ratio* (PER) adalah sebagai berikut:

$$PER = \frac{Market\ Price\ per\ Share}{Earning\ per\ share}$$

Price earning ratio (PER) juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur nilai perusahaan. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator PER dalam mengukur variabel nilai perusahaan adalah sebagai berikut: Wijaya (2014) dan Fajar dkk (2017)

b. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhruddin dan Hadianto, 2001). *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio PBV, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio

ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Menurut Gitman (2009: 74) rumus untuk menghitung PBV adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{Market\ Price\ per\ Share}{Book\ Value\ per\ share\ of\ commonstock *}$$

*nilai buku perlembar saham biasa, dapat dihitung dengan rumus:

$$\square \quad \square \quad = \frac{\square \quad \square}{shares\ outstanding}$$

Price book value (PBV) juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur nilai perusahaan. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator PBV dalam mengukur variabel nilai perusahaan adalah sebagai berikut: Faradila dkk (2017), Umi dkk (2012), Hendrik (2017).

c. Tobin's Q

Alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan metode Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Tobin's Q perupakan salah satu rasio nilai pasar saham terhadap nilai buku ekuitas perusahaan (Hermuningsih, 2013:138). Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Adapaun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$\square = \frac{(\square \quad + \square)}{(\square \quad + \square)}$$

Keterangan:

Q = nilai perusahaan
EMV = nilai pasar ekuitas
EBV = nilai buku dari total aktiva
D = nilai buku dari total hutang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun sedangkan EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

Tobin's Q juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur nilai perusahaan. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator Tobin's Q dalam mengukur variabel nilai perusahaan adalah

sebagai berikut: Christy dkk (2016), Roosina dan Maswar (2016), dan Nurizza (2017).

2.1.6 Manajemen Laba (*Earning Management)*

2.1.6.1 Pengertian Manajemen Laba (*Earning Management*)

Scott (2006:344) mendefinisikan manajemen laba sebagai berikut:

"Given that managers can choose accounting policies from a set (for example, GAAP),it is natural to expect that they will choose policies so as to maximize their own utility and/or the market value of the firm."

Dari definisi di atas, maka manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara alamiah dapat memaksimumkan utilitas mereka dan atau nilai pasar perusahaan.

Copeland (1968:10) menyatakan manajemen laba adalah sebagai berikut:

"Some ability to increase or decrease reported net income at will".

Dari kutipan di atas dapat diartikan manajemen laba mencakup usaha manajemen untuk memaksimumkan atau meminimumkan laba, termasuk manajemen laba sesuai dengan keinginan manajemen)."

Manajemen laba merupakan aktivitas manajerial untuk mempengaruhi laporan keuangan baik dengan cara memanipulasi data atau informasi keuangan perusahaan maupun dengan cara pemilihan metode akuntansi yang diterima dalam prinsip akuntansi berterima umum, yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan perusahaan (Sulistyanto, 2008).

Definisi lain menurut Schipper (1989) menyatakan bahwa manajemen laba merupakan suatu intervensi dengan tujuan tertentu dalam proses pelaporan keuangan eksternal untuk memperoleh beberapa keuntungan privat sebagai lawan untuk memudahkan operasi yang netral dari proses tersebut.

Sedangkan Fischer Dan Rozenzwig (1995) menyatakan manajemen laba adalah:

"Earnings management as referring to actions of a manager which serve to increase (decrease) current reported earnings of the unit for which the manager is responsible without generating a corresponding increase (decrease) in the long-term economic profitability of the unit".

Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa manajemen laba merujuk kepada tindakan seorang manajer yang dapat meningkatkan (menurunkan) laba unit yang dilaporkan saat ini dan manajer bertanggung jawab tanpa menghasilkan peningkatan yang sesuai (penurunan) dalam keuntungan ekonomi jangka panjang dari unit tersebut).

Kesimpulan dari beberapa definisi tersebut di atas yaitu manajemen laba adalah suatu intervensi yang dilakukan oleh pihak manajemen (*agent*) dengan cara

memaksimalkan atau meminimalkan laba yang diperoleh perusahaan pada periode tertentu, dengan cara mengubah angka-angka pada laporan keuangan perusahaan yang didorong adanya kepentingan personal (kepentingan pribadi *agent)* untuk mencapai kinerja tertentu bagi seorang manajer.

2.1.6.2 Motivasi Manajemen Laba

Terdapat dua sudut pandang dalam melakukan praktik manajemen laba, yakni: berasal dari para praktisi (investor, pemerintah, dan pelaku ekonomi lainnya). Para praktisi berpendapat bahwa praktik manajemen laba merupakan bentuk kecurangan, sebab manajemen laba mempengaruhi laporan keuangan yang akan digunakan oleh para pemegang kepentingan sebagai dasar pengambilan keputusan. Jika manajemen melakukan praktik manipulasi angka dalam laporan, maka lapran keuangan akan menyesatkan. Oleh karena itu, manajemen laba dianggap merugikan pihak lain yang menggunakan laporan keuangan perusahaan sebagai sumber informasi untuk mengetahui segala sesuatu tentang perusahaan.

Pandangan kedua berasal dari para akademisi. Para akademisi menilai bahwa manajemen laba bukan sebagai praktik kecurangan. Hal ini disebabkan, segala tindakan manajemen berdasarkan dengan aturan atau kebijakan akuntansi yang berlaku umum. Dari pendapat ini dapat disimpulkan, bahwa manajemen laba diperbolehkan dengan tetap memegang prinsip-prinsip yang berlaku umum dan masih dalam lingkup akuntansi berterima umum. Namun jika manajemen laba telah dilakukan secara berlebihan dan digunakan untuk mencapai kepentingan personal *agent,* maka manajemen laba tidak patut diterapkan. Sebab manajemen laba yang tidak sesuai dapat merusak citra dan kondisi keuangan perusahaan, sehingga berdampak pada nilai perusahaan atau keberlangsungan bisnis di masa yang akan datang.

Terdapat beberapa hal yang memotivasi pihak *agent* melakukan manajemen laba adalah sebagai berikut (Rendi dan Sri 2017):

a. Motivasi bonus

Pihak *principal* tentunya menginginkan pengembalian yang tinggi atas dana yang mereka investasikan. Salah satu bentuk *return* yang menjanjikan dapat dilihat dari performa posisi keuangan yang baik, seperti laba perusahaan yang tinggi. Sistem pengendalian keuangan perusahaan merupakan wewenang pihak *agent* untuk mengaturnya dengan berbagai kebijakan. Kondisi inilah yang mendorong pijhak *principal* untuk memberikan insentif atau bonus bagi manajemen jika mampu mencapai kinerja keuangan pada posisi tertentu yang ditargetkan oleh *principal.* Dengan adanya motivasi bonus yang diberikan oleh pihak *principal,* membuat para manajer melakukan manajemen laba, yang bertujuan untuk

memperlihatkan kinerja mereka dengan indikator performa perusahaan yang baik.

b. Motivasi hutang

Pihak lain yang ikut andil dalam upaya mendorong suatu perusahaan dapat melakukan ekspansi bisnis adalah kreditur. Agar kreditur tertarik dan percaya memberikan pinjaman dana kepada perusahaan, pihak manajemen akan berupaya memperlihatkan kondisi keuangan perusahaan yang baik. Manajemen akan melakukan praktik manajemen laba,agar mencerminkan kondisi keuangan perusahaan adalah surplus (laba).

c. Motivasi pajak

Pajak merupakan aspek yang dinilai dapat mengurangi total *net profit* yang dapat diterima oleh perusahaan. Pajak dihitung dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan, yakni semakin tinggi laba maka pajak terutang juga semakin tinggi, begitu sebaliknya. Kondisi inilah, praktik manajemen laba dilakukan oleh pihak manajemen. Perusahaan akan cenderung melaporkan dan menyajikan laporan laba fiskal yang lebih rendah dari nilai yang sebenarnya.

2.1.6.3 Kelebihan dan Kekurangan Manajemen Laba

Dalam melakukan intervensi manajemen laba tentunya terdapat kelebihan maupun kekurangan manajemen laba. Adapun kelebihan atau dampak positif dari praktik manajemen laba yakni sebagai berikut:

a. Kualitas laba dapat meningkatkan *return* (hasil akhir) saham dalam hubunganya dengan kenaikan laba. Ketika kondisi perusahaan mengalami surplus atau untung dengan tingkat laba yang tinggi, maka akan meningkatkan minat investor untuk membeli saham perusahaan. Permintaan saham yang semakin tinggi akan meningkatkan pula harga saham menjadi semakin mahal.

b. Kondisi laba yang baik, akan membantu dalam pengambilan keputusan ekonomi, bisnis, atau investasi. Perusahaan dengan perolehan laba yang tinggi, maka akan mendorong para *stakeholder* untuk menambah dana investasi ke perusahaan tersebut, namun jika perusahaan memperoleh laba yang rendah maka para *stakeholder* akan mempertimbangkan keputusan untuk mengurangi atau bahkan menjual saham perusahaan tersebut.

Selain memiliki kelebihan atau dampak positif bagi perusahaan, praktik manajemen laba dapat memberikan dampak negatif bagi perusahaan maupun pihak-pihakyang terkait dengan perusahaan. Adapun kekurangan atau dampak negatif dari praktik manajemen laba adalah sebagai berikut:

a. Praktik manajemen laba merupakan perilaku yang berimplikasi pada hilangnya kredibilitas laporan keuangan dan menambah bias informasi

dalam laporan keuangan, sehingga mengganggu pengguna laporan keuangan yang mempercayai angka laba hasil rekayasa (manajemen laba) sebagai angka laba tanpa rekayasa (laba sebenarnya).

b. Manajemen laba juga tidak sesuai dengan karakteristik kualitas laporan keuangan dalam hal keandalan dan netralitas. Laporan keuangan harus andal (*reliable*). Informasi memiliki kualitas andal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material, dan dapat diandalkan penggunanya sebagai penyajian yang tulus atau jujur (*faithful representation*). Unsur netralitas menunjukkan bahwa laporan keuangan yang dihasilkan oleh pihak perusahaan tidak menguntungkan salah satu pihak saja (agent), sehingga menyebabkan kerugian pada pihak lain (*principal*).

2.1.6.4 Manfaat Manajemen Laba

Suatu perusahaan melakukan manajemen laba untuk memperoleh *benefit* dari praktik manajemen laba terutama bagi perusahaan. Adapun beberapa manfaat yang diperoleh perusahaan ketika melakukan manajemen laba adalah sebagai beikut:

a. Manajemen laba dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadap manajer. Hal ini juga karena tingkat keuntungan atau laba yang dikaitkan dengan prestasi manajemen dan juga besar kecilnya bonus yang akan diterima oleh manajer.

b. Manajemen laba dapat memperbaiki hubungan dengan pihak kreditor. Perusahaan yang terancam tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran utang pada waktunya, perusahaan berusaha menghindarinya dengan membuat kebijakanyang dapat meningkatkan pendapatan maupun laba.

c. Manajemn laba dapat menarik investor untuk menanam modal.

2.1.6.5 Pengukuran Manajemen Laba

Pengukuran manajemen laba dapat pendekatan, Jones memberikan sebuah model untuk membantu mengidentifikasi perusahaan yang melakukan manajemen laba. Tujuan model Jones adalah untuk memisahkan akrual kelolaan dan nonkelolaan. Model modifikasi Jones mengestimasi tingkat akrual yang diharapkan (akrual nonkelolaan) sebagai fungsi perbedaan antara perubahan dalam piutang dagang serta aset tetap. Sedangkan menurut Belkaoui (2007:203), tujuan utama dari model Jones ini adalah untuk mengendalikan pengaruh perubahan dalam kondisi perusahaan pada akrual bukan pilihan. *Modified Jones Model* dapat dihitung dengan langkah sebagai berikut (Dechow *et al*, 1995):

1. Menentukan nilai total akrual dengan formulasi sebagai berikut:

$$\mathbf{TAit = NIit - CFOit}$$

2. Menentukan nilai parameter β1, β2, dan β3 dengan formulasi sebagai berikut:

$$\mathbf{TAit/Ait\text{-}1 = \beta1(1 / Ait\text{-}1) + \beta2\ (\Delta Revit / Ait\text{-}1) + \beta3\ (PPEit / Ait\text{-}1) + e}$$

3. Setelah diketahui nilai parameter β1, β2, dan β3 atau beta, selanjutnya masukkan nilai yang ada dalam formula dibawah ini sehingga nilai NDA bisa didapatkan.

$$\mathbf{NDAit = \beta1(1/Ait\text{-}1) + \beta2(\Delta Revit/Ait\text{-}1 - \Delta Rect/Ait\text{-}1) + \beta3(PPEit/Ait\text{-}1)}$$

4. Menentukan nilai *discretionary accruals* (DA) yang merupakan indikator manajemen laba akrual dengan cara sebagai berikut:

$$\boxed{\mathbf{DAit = TAit / Ait\text{-}1 – NDAit}}$$

Discresionary accrual (akrual kelolaan) juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur manajemen laba. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator DAit dalam mengukur variabel manajemen laba adalah sebagai berikut: Mawati,dkk (2017), Megawati (2009), Haryudanto (2011, Herawaty (2008) dan Pertiwi (2010).

2.1.7 Corporate Sosial Responsibility

2.1.7.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

World Business Council on Sustainable Development (WBCSD), menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika keperilakuan dan berkontribusi untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Amalia, 2013).

Pengertian *corporate social responsibility* terdapat dalam Undang-Undang No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yaitu:

> "Tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umunya".

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* merupakan suatu program yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, sosial, maupun perekonomian masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan. Dalam kegiatan operasional perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya, sehingga dapat memberikan dampak secara langsung ataupun tidak langsung. Akibat adanya dampak yang dirasakan masyarakat sekitar menuntut adanya timbal balik dari perusahaan kepada masyarakat.

2.1.7.2 Kelebihan dan Kelemahan *Corporate Social Responsibility*

Kelebihan yang bisa diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

a. Meningkatkan serta mempertahankan citra perusahaan, sebab citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan terutama dalam meningkatkan nilai perusahaan.

b. Mendapatkan *sosial licence to operate*, sebab masyarakat yang dapat merasakan keuntungan dari perusahaan, maka akan merasa memiliki perusahaan. Kondisi ini menyebabkan perusahaan akan mendapatkan dukungan dari masyarakat, sehingga perusahaan mudah dalam melakukan ekspansi usaha.

c. Memperluas akses sumber daya yang diperlukan perusahaan. *Track records* yang baik merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu mempermudah akses menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

d. Memperluas akses pasar atau ekspansi bisnis yang semakin luas. Investasi yang ditanamkan untuk program *corporate social responsibility* dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

e. Mereduksi biaya bagi perusahaan, sebab program CSR yang berorientasi pada lingkungan lebih banyak memanfaatkan limbah pabrik untuk membantu proses produksi, sehingga perusahaan dapat memgurangi pengeluaran yang terkait dengan limbah yang dimanfaatkan.

f. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder* sebab CSR akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholder,* dimana komunikasi ini akan semakin menambah *trust* stakeholders kepada perusahaan.

Disisi lain, implementasi *corporate social responsibility* juga memiliki kekurangan bagi perusahaan. Adapun kekurangan program *corporate social responsibility* adalah program CSR yang dilaksanakan tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga terdapat dana yang tidak dikelola secara efektif dan efisien.

2.1.7.3 Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Program CSR ini sesuai dengan UU Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 pasal 74 ayat 1. Program CSR dilakukan oleh perusahaan dengan memilki tujuan yang kompleks, antara lain: 1). Untuk meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, sosial. 2). Menyakinkan dan menarik investor untuk mau berinvestasi ke perusahaan. Diharapkan CSR ini dapat menjadi stabilitator dan menjaga keharmonisan hubungan antara *agent* dengan *principal* maupun masyarakat.

Sedangkan menurut Rudito (2004:42) menyatakan tujuan dari program CSR secara umum terutama dalam hal pengembangan masyarakat yaitu:

a. Mendukung upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah terutama pada tingkat desa dan masyarakat untuk meningkatkan kondisi

sosial, ekonomi, budaya yang lebih baik di sekitar wilayah kegiatan perusahaan.

b. Memberikan kesempatan bekerja dan berusaha bagi masyarakat.

c. Membantu pemerintah dalam rangka pengentasan kemiskinan dan pengembangan ekonomi wilayah.

Adapun manfaat pelaksanaan *corporate social responsibility* bagi masyarakat adalah sebagai berikut:

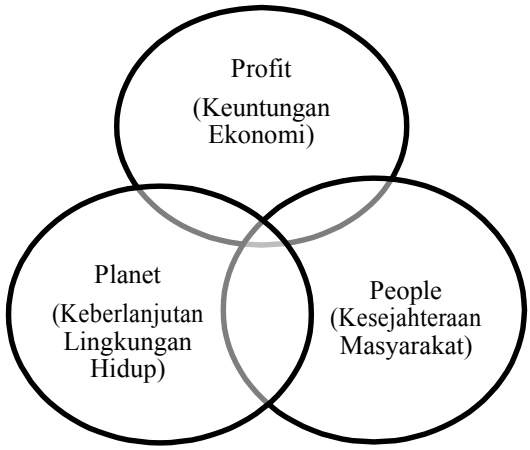
a. Meningkatnya kesejahteraan masyarakat sekitar wilayah perusahaan serta kelestarian lingkungan.
b. Adanya beasiswa untuk anak tidak mampu di wilayah sekitar perusahaan.
c. Meningkatnya pemeliharaan fasilitas umum.
d. Adanya pembangunan fasilitas bagi masyarakat yang bersifat sosial serta berguna untuk masyarakat.

Selain masyarakat yang dapat merasakan manfaat dengan adanya program CSR, pihak perusahaan juga memperoleh manfaat dari pengimplementasian program CSR. Adapun manfaat CSR bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Meningkatkan citra perusahaan
b. Mengembangkan kerja sama dengan perusahaan lain.
c. Memperkuat *brandimage* dimata para *stakeholder* (masyarakat, pemerintah, investor, dan lain sebagainya).
d. Membedakan perusahaan tersebut dengan para kompetitor.
e. Memberikan inovasi bagi perusahaan.

2.1.7.4 **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Dalam penerapan program CSR ini sejalan dengan penerapan sebuah konsep yang disebut *Triple Bottom Line.* Konsep ini dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997. Dalam konsep ini dijelaskan bahwa, fokus perusahaan adalah untuk memperoleh *profit,* tanggungjawab ke masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*).



Gambar 2.1
Konsep *Triple Bottom Line*
Sumber: Ruticha (2016)

Perusahaan menginginkan adanya keberlanjutan bisnis haruslah memperhatikan serta menerapkan konsep ini, yakni perusahaan tidak boleh hanya fokus pada laba yang setinggi-tingginya (*profit).* Selain untuk mencapai tujuan perusahaan, memperoleh tingkat laba yang tinggi, juga merupakan tanggungjawab *agent* kepada *stakeholder,* yakni untuk prospek pengembalian investasi sahamnya. Namun perusahaan juga harus fokus pada kesejahteraan masyarakat *(people),* terutama masyarakat yang berada disekitar perusahaan. Hal ini disebabkan, karena dukungan masyarakat dan ketersediaan masyarakat menerima perusahaan, dapat membangun dan mempertahankan eksistensi perusahaan. Selain itu, kondisi lingkungan sekitar perusahaan *(planet)* juga menjadi tanggungjawab perusahaan. Sebab perusahaan menggunakan segala sumber alam yang tersedia untuk mendukung kegiatan operasionalya. Oleh sebab itu, perusahaan harus berlaku secara arif dan bijaksana dalam pemanfaatan sumber daya alam yang tersedia di sekitar lingkungan perusahaan.

Corporate sosial responsibility memiliki beberapa indikator yang menjadi pedoman perusahaan dalam melakukan pengungkapan program CSR. Indikator CSR dapat disajikan dalam CSDI dengan pengukuran menggunakan GRI *(Global Reporting Initiative).* Pedoman GRI *report* ini diterbitkan pada tahun 2006. Namun setelah penerbitan pedoman ini, terjadi perbaikan yang disarankan oleh dewan-dewan direksi dan versi terbaru yaitu GRI G4. Pedoman ini dibagi menjadi dua bagian: 1). Prinsip dan Pedoman Pelaporan, 2). Standar Pengungkapan (Nanda: 2013).

GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong

tingkat transparasi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi dapat dipercaya oleh pasar maupun masyarakat. Dalam standar GRI-G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial. Sedangkan kategori sosial terbagi menjadi sub kategori yaitu hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator dalam GRI-G4 sebanyak 91 item (www.globalreporting.org.) Indikator GRI-G4 adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Indikator GRI-G4

No	Kategori dan Sub Kategori GRI	Jumlah Item
1.	**Kategori Ekonomi**	9 Item
	a. Kinerja Ekonomi	
	b. Keberadaan Pasar	
	c. Dampak ekonomi tidak langsung	
	d. Praktik Pengadaan	
2.	**Kategori Lingkungan**	34 Item
	a. Bahan	
	b. Energi	
	c. Air	
	d. Keanekaragaman Hayati	
	e. Emisi	
	f. Efluen dan limbah	
	g. Produk dan jasa	
	h. Kepatuhan	
	i. Transportasi	
	j. Lain-lain	
	k. Asesmen atas pemasok lingkungan	
	l. Mekanisme pengaduan masalah lingkungan	
3.	**Kategori Sosial**	
3.1	**Sub Kategori Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Kerja**	16 Item
	a. Kepegawaian	
	b. Hubungan industrial	
	c. Kesehatan dan keselamatan kerja	
	d. Pelatihan dan pendidikan	
	e. Keberagaman peluang	
	f. Kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki	
	g. Asesmen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan	
3.2	**Sub Kategori Hak Asasi Manusia**	12 Item

No	Kategori dan Sub Kategori GRI	Jumlah Item
	a. Investasi	
	b. Non diskriminasi	
	c. Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama	
	d. Pekerja anak	
	e. Pekerja paksa/wajib kerja	
	f. Praktik pengamanan	
	g. Hak adat	
	h. Asesmen	
	i. Asesmen pemasok atas HAM	
	j. Mekanisme pengaduan masalah HAM	
3.3	**Sub Kategori Masyarakat**	
	a. Masyarakat lokal	
	b. Anti korupsi	
	c. Kebijakan publik	11 Item
	d. Anti persaingan	
	e. Kepatuhan	
	f. Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat	
	g. Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat	
3.4	**Sub Kategori Tanggungjawab Atas Produk**	
	a. Kesehatan keselamatan pelanggan	
	b. Pelabelan produk dan jasa	
	c. Komunikasi pemasaran	9 Item
	d. Privasi pelanggan	
	e. Kepatuhan	
Total Item GRI-G4		**91 Item**

Sumber: *www.globalreporting.org* (Data diolah, 2017).

Penilaian yang digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR pada suatu perusahaan dapat menggunakan dengan *corporate social diclosure index* (CSDI). Perhitungan CSDI ini menggunakan variabel *dummy* yakni pemberian skor 0 dan 1. Dinilai 0 untuk item atau indiaktor CSR yang tidak diungkapkan, sedangkan dinilai 1 untuk item atau indikator CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Titisari dan Hendra, 2010). Indikator GRI G4 berjumlah 91, sehingga perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR dengan nilai maksimal sebesar 91. Adapun perhitungan CSDI adalah sebagai berikut:

$$CSR\ Index = \frac{Jumlah\ Skor\ Item\ CSR}{Jumlah\ Maksimum\ Item\ CSR}$$

Indikator GRI (*global reporting initiative)* merupakan kerangka kerja yang paling banyak digunakan untuk mengukur CSR pada suatu perusahaan. Indikator yang terdapat dalam GRI mencakup beberapa aspek yakni aspek ekonomi, sosial,

serta aspek lingkungan. CSDI juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur CSR. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator CSDI dalam mengukur variabel CSR adalah sebagai berikut: Safitri dan Fadjrih (2016), Nurizza dan Kurnia (2017).

2.1.8 Profitabilitas

2.1.8.1 Pengertian *Profitabilitas*

Profitabilitas adalah (Sartono, 2010:122) :

"Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri".

Dalam buku Kasmir (2011:196) menyatakan *profitabilitas* bahwa :

"Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan".

Sedangkan pengertian *profitabilitas* lain adalah (Irawati, 2006:58):

"Rasio keuntungan atau profitability ratios adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya semesteran, triwulanan dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien".

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau *profit* pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu Mamduh dan Abdul (2016: 81). Profitabilitas juga merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan proses produksi (Hendrik, 2017), sehingga dapat disimpulkan dari beberapa pernyataan sebelumnya, bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Jika kondisi perusahaan memperoleh laba yang tinggi, maka perusahaan akan tertarik dan percaya menginvestasikan dananya kepada perusahaan.

2.1.8.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan serta manfaat, yakni bagi pihak internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi peusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu (Kasmir, 2011:197):

a. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.

b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
e. Untuk mengukur produtivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sedangkan manfaat dari rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.8.3 Pengukuran Profitabilitas

Profitabilitas dapat diukur dan dianalisa dengan rasio laba. Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukan gabungan efek-efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan hutang pada hasil-hasil operasi perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya laba, maka perusahaan akan kesulitan menyakinkan pihak eksternal untuk menginvestasikan dananya. Para kreditur, pemilik perusahaan, dan terutama sekali dari pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan karena disadari benar betapa pentingnya arti dari profit terhadap kelangsungan dan masa depan perusahaan.

Profitabilitas dapat diindikatorkan dengan berbagai rasio, antara lain: *GPM.(Gross Profit Margin), NPM (Net Profit Margin), ROA (Return On Asset),* dan *ROE (Return On Equity).* Adapun penjabaran untuk masing-masing indikator profitabilitas adalah sebagai berikut:

a. *Gross Profit Margin* (GPM)

Gross profit margin (GPM) adalah rasio yang menggambarkan laba kotor yang dicapai oleh suatu perusahaan pada tingkat penjualan tertentu. Rumus perhitungan GPM adalah sebagai berikut (Kasmir, 2014: 199):

$$\square = \frac{\square \quad \square}{\square}$$

GPM juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur profitabilitas. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator GPM dalam mengukur variabel profitabilitas

adalah sebagai berikut: Munawaroh (2014) dengan judul penelitian pengaruh profitabilitas terhadap terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderating.

b. *Net Profit Margin* (NPM)

Net profit margin (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu (Hanafi dan Abdul, 2016:81). Rumus perhitungan NPM adalah sebagai berikut:

$$NPM = \frac{Laba\ Bersih}{\square}$$

NPM juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur profitabilitas. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator NPM dalam mengukur variabel profitabilitas adalah sebagai berikut: Tanujaya (2016).

c. *Return On Assets* (ROA)

Pengertian *Return on assets* adalah sebagai berikut (Hanafi dan Abdul, 2016: 81):

"rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu".

Rumus perhitungan ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{\square \quad \square}$$

ROA juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur profitabilitas. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator ROA dalam mengukur variabel profitabilitas adalah sebagai berikut: Tanujaya (2016), Sukenti dan Mawardi (2015).

d. *Return On Equity* (ROE)

Pengertian *return on equity* (ROE) adalah indikator yang digunakan untuk mengtahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan modal saham/ total ekuitas tertentu (Hanafi dan Abdul, 2016: 82). Rumus perhitungan ROE adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{Laba\ Bersih}{\square \quad \square}$$

ROE juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur profitabilitas. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator ROE dalam mengukur variabel profitabilitas

adalah sebagai berikut: Fajar dkk (2017), Tanujaya (2016), Faradila dkk (2017).

2.1.9 Ukuran Perusahaan

2.1.9.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*Size*) merupakan suatu indikator dari kekuatan *financial* suatu perusahaan (Hermuningsih, 2012:233). Sedangkan menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan yang besar dapat menjadi indikator bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan dan besar kecilnya ukuran perusahaan dapat tercermin dari nilai total aset yang tercantum di neraca. Sehingga dapat disimpulan dari dua pendapat tersebut bahwa ukuran perusahaan merupakan kondisi dari suatu perusahaan dengan menilai skala besar atau kecilnya perusahaan yang dapat digambarkan melalui jumlah aktivitas dan penjualan perusahaan. Besarnya aset perusahaan sangat menentukan besarnya perusahaan. Perusahaan manapun pasti menginginkan jumlah laba bersih sesudah dikurangi faktor pajak yang besar karena akan menambah jumlah modal yang digunakan untuk usaha.

Ukuran perusahaan juga menjadi indikator dalam mengukur nilai perusahaan. Para pemegang kepentingan memiliki persepsi bahwa perusahaan dengan skala besar akan mempunyai sistem pendanaan dan aset yang baik. Kondisi ini mendorong investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang mempunyai skala yang besar.

2.1.9.2 Kategori Ukuran Perusahaan

Menurut Badan Standarisasi Nasional kategori ukuran perusahaan ada 3, yaitu:

a. Perusahaan Kecil (*Small Firms*)

   Perusahaan dikategorikan perusahaan kecil apabila perusahaan memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000,- sampai dengan paling banyak 500.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000,- sampai dengan paling banyak 2.500.000.000,-

b. Perusahaan Menengah (*Medium Firms*)

   Perusahaan dikategorikan perusahaan apabila perusahaan tersebut memiliki kekayaan bersih antara 500.000.000,- sampai paling banyak 10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak 50.000.000.000,-.

c. Perusahaan Besar (*Large Firms*)

Perusahaan dapat dikategorikan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 50.000.000.000.

2.1.9.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Size atau ukuran perusahaan dapat dilihat melalui total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Hermuningsih (2012:237) *size* atau ukuran perusahaan dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\square = \square(\square \quad \square)$$

Perhitungan ukuran perusahaan dengan menggunakan *Ln (total aset)* juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur ukuran perusahaan Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator *Ln (total aset)* dalam mengukur variabel nilai perusahaan adalah sebagai berikut: Arya dkk (2017), Sari dan Maswar (2016), Surjadi dkk (2016) dan Faradila dkk (2017).

2.1.10 Leverage

2.1.10.1* Pengertian *Leverage

Menurut Irawati (2006), *leverage* merupakan suatu kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam hal menginvetasikan dana atau memperoleh sumber dana yang disertai dengan adanya beban/biaya tetap yang harus ditanggung perusahaan. Leverage adalah penggunaan dari suatu aset dan sumber (*source of fund*) oleh perusahaan yang memilliki beban yang tetap dengan maksud meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Elistiawati, 2017).

Sedangkan menurut Hanafi dan Abdul (2016: 78) menyatakan bahwa rasio solvabilitas atau *leverage* adalah:

> "kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya".

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan tingkat liabilitas yang dimiliki serta timbul pada perusahaan pada periode tertentu akibat dari kebijakan perusahaan dalam investasi atau untuk perolehan sumber pendanaan. Liabilitas yang dimiliki perusahaan dijamin dengan aset yang dimiliki perusahaan. Angka *leverage* yang tinggi, mencerminkan kondisi perusahaan yang rawan likuidasi. Sebab semakin tinggi rasio hutang, yang tidak disertai dengan tingkat aset yang lebih tinggi, maka perusahaan dinilai tidak mampu memenuhi kewajibannya di masa yang akan datang.

Penggunaan *resourse* dalam perusahaan tidak hanya berorientasi pada tujuan perusahaan, namun juga pada para pemegang kepentingan. Para *stakeholder* akan menganalisa kondisi perushaan, terutama dari rasio hutang yang dimiliki. Rasio hutang yang terlampau tinggi menyebabkan munculnya persepsi *stakeholder* bahwa perusahaan tersebut tidak dapat bertahan lama. Sehingga *leverage* juga

dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang dilihat dari keputusan berinvestasi para *stakeholder.*

2.1.10.2 **Jenis-Jenis *Leverage***

Adapun jenis-jenis *levergae* dalam kegiatan operasional perusahaan adalah sebagai berikut:

a. ***Leverage*** **Operasi (*Operating Leverage*)**

Menurut Syamsuddin (2001:107), *leverage* operasi adalah kemampuan perusahaan di dalam menggunakan *fixed operating cost* untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap *earning before interest and taxes* (EBIT).

b. ***Leverage*** **Keuangan *(Financial Leverage*)**

Financial leverage adalah penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan beranggapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham (Sartono, 2008:263).

c. ***Leverage*** **Gabungan *(*Combination Leverage*)***

Combination leverage terjadi apabila perusahaan memiliki baik baik operating leverage maupun financial leverage dalam usahanya untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham biasa (Sartono, 2008:267).

2.1.10.3 **Tujuan dan Manfaat Rasio Solvabilitas atau *Leverage***

Menurut Kasmir (2008:153) tujuan perusahaan menggunakan rasio solvabilitas atau *leverage* adalah sebagai berikut:

a. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lain (seperti kreditur).

b. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi liabilitasnya yang bersifat tetap.

c. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aset khususnya aset tetap dengan ekuitas.

d. Untuk menilai seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang.

Sementara itu, manfaat dari rasio solvabilitas atau *leverage* menurut Kasmir (2008: 154) adalah sebagai berikut:

a. Untuk menganalisa kemampuan posisi perusahaan terhadap kwajiban

b. Untuk menganalisa kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap.

c. Untuk menganalisa keseimbangan antara nilai aset khususnya aset tetap dengan ekuitas.

d. Untuk menganalisa Untuk menilai seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang.

2.1.10.4 **Pengukuran *Leverage***

Rasio solvabilitas atau *leverage* dapat diukur dengan menggunakan beberapa pendeketan rasio adalah sebagai berikut:

a. *Debt to Assets Ratio* (DAR)

Menurut Mamduh dan Abdul (2016: 79) DAR adalah gambaran kemampuan perusahaan dalam memenuhi liabilitas jangka panjang maupun pendeknya dengan jumlah total aset yang dimiliki pada periode tertentu. Rumus perhitungan DAR adalah sebagai berikut:

$$\square = \frac{\square \quad \square}{\square \quad \square}$$

DAR juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur *leverage*. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator DAR dalam mengukur variabel *leverage* adalah sebagai berikut: Ruticha dan Nur Fadjrih (2016), Norma dan Dini (2016), Faradila dkk (2017).

b. *Debt to Equity Ratio* (DER)

Debt to Equity Ratio (DER) menunjukan seberapa besar bagian dari modal perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Rumus dari *Debt to Equity Ratio* adalah sebagai berikut :

$$\square = \frac{\square \quad \square}{\square \quad \square}$$

DER juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur *leverage*. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator DER dalam mengukur variabel *leverage* adalah sebagai berikut: Safitri dan Fadjrih (2016), Norma dan Dini (2016), Faradila dkk (2017).

2.1.11 Struktur Modal

2.1.11.1 Pengertian Struktur Modal

Struktur modal merupakan bagian dari struktur keuangan yang mencerminkan perimbangan (*absolut* maupun relatif) antara keseluruhan modal eskternal (baik jangka pendek maupun jangka panjang) dengan jumlah modal sendiri (Kusumaningrum, 2016). Selain itu, struktur modal juga memberikan dampak terhadap persepsi investor. Suatu perusahaan dikatakan dalam kondisi struktur modal yang tidak baik adalah saat perusahaan mempunyai hutang yang sangat besar. Hutang yang terlampau besar itu, akan membebani perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, sebab dengan jumlah hutang terlampau besar dapat mempengaruhi penggunaan serta alokasi aset perusahaan.

2.1.11.2 Tujuan Struktur Modal

Tujuan struktur modal adalah memadukan sumber-sumber pendanaan internal dengan sumber pendanaan eksternal untuk digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional maupun upaya ekspasnsi bisnis, sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan itu sendiri (Ali, 2015). Pencarian struktur modal yang optimal merupakan pekerjaan yang sangat sulit, karena adanya konflik yang mengarah kepada biaya agensi. Konflik lama terjadi antara pemegang saham dan pemegang obligasi dalam penetapan struktur modal optimal suatu perusahaan. Maka untuk mengurangi kemungkinan manajemen menanggung risiko berlebihan atas nama pemegang saham, perlu memasukkan beberapa batasan *protektif*.

2.1.11.3 Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal

Struktur modal dipengaruhi oleh beberapa faktor, menurut Kamaludin (2011: 306) yaitu :

a. Risiko Bisnis, atau risiko yang terkandung dalam operasi perusahaan apabila ia tidak menggunakan hutang.

b. Posisi pajak perusahaan.

c. Fleksibilitas keuangan atau kemampuan perusahaan untuk menambah modal dengan persyaratan yang wajar apabila perusahaan dalam kondisi memburuk.

d. Konservatif atau agresif manajemen.

2.1.11.4 Pengukuran Struktur Modal

Dalam perhitungan struktur modal terdapat beberapa rumus yang dapat digunakan, menurut Warsono (2009) struktur modal dapat dihitung dengan dua rumus sebagai berikut:

***a. Longterm to Debt Assets Ratio* (LDAR)**

Menurut Warsono (2009:134), menyatakan bahwa semakin tinggi rasio ini menunjukkan semakin besar hutang jangka panjang yang digunakan untuk investasi ke dalam aktiva guna menghasilkan keuntungan. Dengan rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$LDAR = \frac{\sum Liabilitas\ jangka\ panjang}{\sum Aset}$$

LDAR juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur struktur modal. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator LDAR dalam mengukur variabel struktur modal adalah sebagai berikut: Ali dan Agustin (2015)

***b. Longterm Debt to Equity Ratio* (LDER)**

Menurut Warsono (2008:136), menyatakan bahwa rasio utang terhadap ekuitas menunjukkan seberapa besar hutang jangka panjang yang

dapatdijamin dengan ekuitas saham. Adapun rumus *longterm debt to equity ratio* (LDER) sebagai berikut:

$$LDER = \frac{\sum Liabilitas\ jangka\ panjang}{\sum Ekuitas}$$

LDER juga digunakan oleh beberapa peneliti untuk mengukur struktur modal. Adapun beberapa penelitian terdaulu yang menggunakan indikator LDER dalam mengukur variabel struktur modal adalah sebagai berikut: Ali dan Agustin (2015), Astuti dkk (2015).

2.1.12 Good Corporate Governance

2.1.12.1 Pengertian *Good Corporate Governance*

Form for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) mendefinisikan GCG sebagai seperangkat peraturan atau sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para pemangku kepentingan yang berkaitan dnegan hak dan kewajiban pihak-pihak berkepentingan tersebut. (Amalia, 2013). *Good corporate governance* memilki mekanisme yang terbagi menjadi dua, yakni mekanisme internal dan eksternal. Mekanisme internal dapat dilakukan oleh: dewan direksi, kepemilikan institusional, kepemilkan manajerial, ukuran dewan komisaris. Sedangkan mekanisme eksternal dilakukan dengan menganalisa kinerja pasar.

2.1.12.2 Tujuan, Manfaat, dan Peran GCG

Menurut Sutojo dan Aldridge (2008: 5) *good corporate governance* memiliki lima tujuan yakni:

a. Melindungi hak dan kepentingan para pemegang saham
b. Melindungi hak dan kepentingan para anggota *stakeholder* non pemegang saham
c. Meningkatkan nilai perusahaan dan para pemegang saham
d. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja dewan pengurus
e. Meningkatkan mutu hubungan *board of directors* dan manajemen senior perusahaan.

Sedangkan manfaat penerapan GCG dalam suatu perusahaan, menurut *Indonesia Institute for Corporate Governance* (IIGC) manfaat GCG adalah sebagai berikut:

a. Meminimalkan *agency cost*
b. Meminimalkan *cost of capital*
c. Meningkatkan nilai saham perusahaan
d. Mengangkat citra perusahaan

Peran GCG dalam suatu perusahaan adalah sebagai pengawas pihak *agent* dalam pelaksanaan aktivitas yang berkaitan dengan pihak-pihak berkepentingan diluar perusahaan. Selain peranan tersebut, menurut FCGI, *good corporate*

governance juga mempunyai manfaat lain, yakni: 1). Meningkatkan kinerja perushaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik; 2). Mempermudah diperolehnya sumber pendanaan yang lebih murah sehingga meningkatkan *corporate value;* 3). Mengembalikan kepercayaan investor; 4). Dapat meningkatkan rasa kepuasan *stakeholder* dan pihak-pihak lain yang terkait, melalui kinerja perusahaan.

2.1.12.3 Prinsip-Prinsip GCG

Dalam GCG terdapat prinsip-prinsip yang disusun oleh Komite Nasional Kebijakan Governance, yakni:

a. Transparansi

Transparansi bisa diartikan sebagai keterbukaan informasi dari perusahaan, baik informasi yang bersifat keuangan dan non keuangan. Informasi keuangan yakni yang berkaitan dengan segala macam bentuk kegiatan yang diungkapkan dalam laporan keuangan (arus kas, perubahan ekuitas, pembelian, penjualan dan sebagainya). Transparansi ini akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, terutama bagi *stakeholder.* Pengungkapan informasi yang material dan relevan merupaka salah satu indikator yang harus dipenuhi pihak manajemen. Selain *content* yang relevan, akurat, dan tepat waktu, informasi perusahaan juga harus mudah diakses oleh para pemangku kepentingan, seperti penyediaan *website* perusahaan.

b. Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah adanya kejelasan fungsi, hak, wewenang, sistem tata kelola perusahaan yang dapat dilaksanakan secara efektif. Kejalasan ini tidak hanya pada struktur internal perusahaan, namun juga pada pihak ekstrenal perusahaan seperti kejalasan hubungan dengan para pemegang saham. Adanya kejelasan inilah yang akan mengurangi permasalahan agensi.

c. Responsibilitas

Responsibilitas adalah tingkat kepatuhan perusahaan terhadap regulasi dalam pengelolaan perusahaan, baik peraturan sesuai dengan prinsip korporasi maupun undang-undang. Perusahaan yang patuh hukum, akan memberikan pengungkapan dan pelaporan informasi perusahaan sesuai dengan ketentuan berlaku umum, sehingga tidak ada pihak-pihak yang akan dirugikan dalam penggunaan.

d. Independensi

Kemandirian adalah suatu tingkat profesionalisme dari perusahaan tanpa adanya pengaruh dari instansti maupun piha-pihak berkepentingan lain. Kemandirian perusahaan dapat diukur dari tingkat kepatuhan perusahaan dengan regulasi yang berlaku umum. Dengan prinsip kemandiriannya, suatu perusahaan

dapat menjadi pihak yang objektif dalam pengungkapan maupun pelaporan kondisi perusahaannya.

e. Kewajaran dan Kesetaraan

Perusahaan harus mempunyai kesetaraan dalam perlakuan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam perusahaan. Kewajaran dapat diindikatorkan dengan laporan keuangan yang dilaporkan oleh perusahaan. Selain dari aspek pelaporan, kesetaraan juga dapat diukur dari sikap perusahaan dalam memberikan hak-hak bagi para *stakeholder* yang disesuikan dengan perjanjian.

2.1.12.4 **Mekanisme *Good Corporate Governance***

Good corporate governance memilki mekanisme yang terbagi menjadi dua, yakni mekanisme internal dan eksternal. Mekanisme internal dapat dilakukan oleh: dewan direksi, kepemilikan insstituional, kepemilkan manajerial, ukuran dewan komisaris. Sedangkan mekanisme eksternal dilakukan dengan menganalisa kinerja pasar.

Dalam menentukan kinerja perusahaan, andil manajemen sangatlah penting. Oleh karena itu, mekanisme internal dapat mengoptimalkan penerapan GCG dalam perusahaan. Salah satu mekanisme internal yang dapat diterapkan adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan Institusional, ukuran dewan komisaris, komite audit, dan komisaris independen. Dengan adanya kepemilikan manajerial, maka diharapkan memberi stimulus pada *agent* untuk meningkatkan nilai perusahaan.

a. Kepemelikan Manajerial

Kepemelikan manajerial adalah kepemilikan saham perusahaan oleh pihak manajemen. Kepemilikan manajerial ini dapat diukur dari besarnya prosentase jumlah saham yang dimiliki manajemen terhadap jumlah saham perusahaan yang beredar. Dalam penerapan mekanisme GCG yakni memberikan peluang kepada pihak manajemen untuk memiliki saham perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Motivasi atas *return* saham yang tinggi oleh pihak manajemen, akan mendorong manajemen untuk senantiasa mempertahankan dan melaporkan kondisi perusahaan baik. Sebab jika kondisi perusahaan (laporan kinerja), maka hargsa saham perusahaan akan meningkat, ketertarikan dan kepercayaan semakin tinggi, sehingga mampu pula meningkatkan nilai perusahaan.

b. Kepemelikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi/ investor besar seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *investment banking* (Griffin dan Ebert, 2007). Pihak-pihak yang memiliki prosentase kepemilikan saham yang tinggi, maka mereka akan lebih menganalisa kondisi perusahaan. Para investor di institusi ini memiliki modal besar yang

diinvestasikan ke suatu perusahaan, sehingga mereka memiliki kepentingan yang lebih besar untuk senantiasa melakukan pemantauan atas segala aktivitas dan laporan yang diberikan kepada mereka.

c. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris memiliki tugas dan tanggungjawab atas pengawasan kualitas informasi yang terkandung di dalam laporan keuangan (Nasution dan Setiawan, 2007). Tugas ini berkaitan dengan adanya peluang bagi manajemen untuk melakukan manajemen laba yakni mengubah angka-angka dalam laporan keuangan, yang dimotivasi untuk mencapai tujuan pribadi dari pihak manajemen. Dewan komisaris memegang andil penting untuk dapat mempertahankan kepercayaan para *stakeholder* terhadap perusahaanya.

d. Komite Audit

Komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggungjawab kepada dewan komisaris dalam membantu melaksanakan tugas. Selain itu, tugas komite audit adalah membantu auditor dalam mempertahankan independensinya dari pihak manajemen.

a. Komisaris Independen

Komisaris independen merupakan anggota komisaris yang tidak memiliki hubungan afiliasi dengan anggota komisaris lainnya, seperti anggota dewan direksi dan pemegang saham pengendali. Komisaris independen berasal dari luar perusahaan dan tidak mempunyai saham perusahaan. Sehingga independensi dewan komisaris independen dapat dipercaya dalam melakukan monitoring perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebelum dilakukan rencana penelitian ini, telah dilakukan beberapa penelitian oleh peniliti terdahulu yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

2.2.1 Isnaini (2017)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan : *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening". Penelitian dilakukan pada tahun 2017 dengan periode penelitian 2013-2015 di Surabaya. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah *profitabilitas* dan *leverage* , variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan, dan dengan CSR sebagai variabel intervening. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 33 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda dengan SPSS versi 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik

perusahaan yang diproksikan dengan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Untuk proksi profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR dan *leverage* tidak berpegaruh terhadap CSR. Sedangkan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR bukan variabel intervening.

2.2.2 Safitri dan Fadjrih (2016)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Dampak *Leverage* Terhadap Pengaruh *Corporate Governance* Dan *Sosial Responsibility* Pada Nilai Persuahaan". Penelitian dilakukan pada tahun 2016 dengan periode penelitian 2011-2015 di Surabaya. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah GCG dan CSR, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan, dan dengan karakteristik perusahaan sebagai variabel moderating. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 12 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berdampak secara signifikan negatif pada pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dan *leverage* tidak berdampak pada pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

2.2.3 Arya dkk (2017)

Dalam penelitiannya yang berjudul " Pengaruh *Leverage,* Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Dividen, Kepemelikan Manajerial, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015". Penelitian dilakukan pada tahun 2017 dengan periode penelitian 2013-2015 di Singaraja. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah *leverage,* profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 27 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *leverage,* profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.4 Dewi dkk (2014)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2009-2012". Penelitian dilakukan pada tahun 2014 dengan periode di (UB) Malang. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah struktur modal, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator DAR DER secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial indikator DAR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perushaaan.

2.2.5 Prasetyo dkk (2017)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas, Pajak, Dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening ". Penelitian dilakukan pada tahun 2017 dengan periode penelitian 2011-2014 di Banjarmasin. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan multinasional dan tambang yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah profitabilitas, pajak, dan *growth opportunity*, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan, dan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan multinasional dan tambang yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 40 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabiltas dan Growth opportunity berpengaruh positif terhadap nilai perusahaam, sedangkan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.2.6 Tanujaya dkk (2016)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI tahun 2011-2014". Penelitian dilakukan pada tahun 2016 di Jakarta. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah profitabilitas dan struktur modal, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

2.2.7 Rakasiwi dkk (2017)

Dalam penelitiannya yang berjudul " Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage, Sales Growth,* dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perushaan Pada Perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2010-2015". Penelitian dilakukan pada tahun 2017 di Semarang. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah EPS, profitabiltas, ukuran perusahaan, *leverage, sales growth*, dan kebijakan dividen, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 17 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa EPS berpengaruh negatif tidak signifikan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan, profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan, *leverage, sales growth* berpengaruh negatif tidak signifikan dan kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu EPS, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *sales growth* dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan.

2.2.8 Mardiyati dkk (2012)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2010". Penelitian dilakukan pada tahun 2012 di Jakarta. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah kebijakan Dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 78 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah teknik *ordinary least square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara simultan variabel dari kebijakan dividen dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel kontrol.

2.2.9 Samosir (2017)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII)". Penelitian dilakukan pada tahun 2017 di Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nomensen. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan yang terdaftar di JII. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah profitabilitas dan kebijakan hutang,

variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 14 perusahaan Alat analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan kebijakan utang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan hasil uji parsial menunjukkan bahwa tingginya profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan dan dengan bagusnya kebijakan hutang maka juga akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.10 Hidayah dan Widyawati (2016)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage,* Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan *Food And Beverages*". Penelitian dilakukan pada tahun 2016 dengan periode penelitian 2010-2014 di Surabaya. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage,* dan kebijakan dividen, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 8 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian hasil estimasi regresi menunjukkan kemampuan prediksi dari 3 variabel independen tersebut terhadap nilai perusahaan sebesar 48%, sedangkan sisanya 52% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

2.2.11 Sari dan Priyadi (2016)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan". Penelitian dilakukan pada tahun 2016 dengan periode penelitian 2011-2015 di Surabaya. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah leverage, profitabilitas, size, dan growth opportunity, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 53 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian uji kesesuaian model menunjukan bahwa *leverage*, profitabilitas, *size*, dan *growth opportunity* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara parsial menunjukan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas, *size*, dan *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2.12 Wijaya (2014)

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Keputusan Investasi Dan Kuputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia". Penelitian dilakukan pada tahun 2014 dengan periode penelitian 2013-2015 di STIE Rahmaniyah Sekayu. Objek yang dipilih peneliti adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Variabel bebas (X) penelitian ini adalah keputusani investasi dan kuputusan pendanaan, variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling,* dengan jumlah sampel sebanyak 21 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan keputusan investasi dan keputusan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial keputusan investasi berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, dan keputusan pendanaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2.2
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Simpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Isnaini (2017)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan : *Corporate Social Responsibilit y* Sebagai Variabel Intervening.	Karakteristik perusahaan (proksi profitabilitas dan *leverage)* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Sama-sama meneliti variabel profitabilita s dan *leverage.*	Pada penelitian ini objek yang digunakan adalah perusahaan sub sektor *property and real estate,* dan menggunakan variabel moderating yakni GCG.
2	Safitri dan Fadjrih (2016)	Dampak *Leverage* Terhadap Pengaruh *Corporate Governance* Dan *Sosia*	Kepemilikan manajerial (GCG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan CSR tidak	Sama-sama meneliti variabel bebas yakni GCG, CSR	Variabel yang digunakan peneliti saat ini adalah GCG, sedangkan pada

No	Peneliti	Judul	Simpulan	Persamaan	Perbedaan
		l Responsibilit y Pada Nilai Persuahaan	berpengaruh terhadap nilai perusahaan		penelitian Ruticha dan Nur variabel moderating adalah karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan *leverage.*
3	Arya dkk (2017)	Pengaruh *Leverage,* Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Dividen, Kepemelikan Manajerial, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015.	Secara parsial *leverage,* profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	Sama-sama menggunakan objek perusahaan properti dan *real estate.* Dengan variabel bebas yang sama yakni, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial.	Pada penelitian ini tidak menggunakan variabel kebijakan dividen dan kepemilikan institusional.
4	Dewi dkk (2014)	Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambanga	Indikator DAR, DER secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial	Sama-sama menggunakan variabel struktur modal untuk faktor yang mempengaruhi nilai	Pada penelitian Inggi hanya menggunakan satu variabel, yakni struktur modal, sedangkan pada

No	Peneliti	Judul	Simpulan	Persamaan	Perbedaan
		n Yang Terdaftar Di BEI Periode 2009-2012	indikator DAR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perushaaan.	perusahaan	penelitian ini menggunakan beberapa variabel, yakni: CSR profitabilitas, *leverage,* struktur modal, ukuran perusahaan, GCG.
5	Prasetyo dkk (2017)	Pengaruh Profitabilitas, Pajak, Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening	Profitabiltas dan Growth opportunity berpengaruh positif terhadap nilai perusahaam, sedangkan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Sama-sama meneliti dengan menggunakan variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Tidak menggunakan variabel pajak dalam penelitian tentang faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan
6	Tanujaya dkk (2016)	Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI tahun 2011-2014	Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.	Sama-sama menggunakan variabel profitabilitas dan stuktur modal terhadap nilai perusahaan.	Objek pada yang dipilih peneliti adalah properti dan real estate.
7	Rakasiwi dkk (2017)	Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage,	Eps, ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, sales growth dan	Sama-sama menggunakan variabel profitabilitas, ukuran	Objek yang digunakan peniliti adalah properti dan real estate,

No	Peneliti	Judul	Simpulan	Persamaan	Perbedaan
		Sales Growth, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perushaan Pada Perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2010-2015	kebijakan dividen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan.	perusahan, dan leverage terhadap nilai perusahaan	dan tidak menggunakan kebijakan dividen sebagai variabel bebas yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
8	Mardiyati dkk (2012)	Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2010	Kebijakan hutang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara simultan variabel dari kebijakan dividen dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	Sama-sama meneliti faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan variabel profitabilitas.	Tidak menggunakan variabel kontrol, dan tidak menggunakan variabel kebijakan dividen dan kebijakan hutang.
9	Samosir (2017)	Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta	Profitabilitas dan kebijakan utang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan hasil uji parsial menunjukkan bahwa tingginya profitabilitas akan	Sama-sama menggunakan variabel profitabilitas	Objek penelitian oleh Hendrik yakni perusahaan yang terdaftar di JII, sedangkakn peneliti menggunakan objek perusahaan

No	Peneliti	Judul	Simpulan	Persamaan	Perbedaan
		Islamic Index (JII)	meningkatkan nilai perusahaan dan dengan bagusnya kebijakan hutang maka juga akan meningkatkan nilai perusahaan		yang terdaftar di BEI.
10	Hidayah dan Widyawati (2016)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Food And Beverages	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Sama-sama menggunakan variabel profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan.	Objek yang digunakan peneliti adalah perusahaan properti dan real estate, dan penliti tidak menggunakan variabel bebas berupa kebijakan dividen.
11	Sari dan Priyadi (2016)	Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan	Leverage, profitabilitas, size, dan growth opportunity secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara parsial menunjukan bahwa variabel leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas, size, dan growth opportunity	Sama-sama menggunakan variabel profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.	Penilitian Roosina menggunakan objek perusahaan manufaktur, sedangkan peniliti menggunakan perusahaan properti dan real estate.

No	Peneliti	Judul	Simpulan	Persamaan	Perbedaan
			berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.		
12	Wijaya (2014)	Pengaruh Keputusan Investasi Dan Kuputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia	Keputusan investasi dan keputusan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	Menggunakan objek penelitian pada perusahaan yang terdaftar di BEI	Peneliti menggunakan variabel yang berbeda secara keseluruhan dengan penelitian yang dilakukan Masri.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh *Earning Management* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut penelitian Herawaty (2008) dan Pertiwi (2010) menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Manajemen laba memiliki andil dan pengaruh luas bagi perusahaan, teruatama pada pihak *stakeholder.* Jika manajemen laba dilakukan dengan memprioritaskan kepentingan *agent,* maka pihak-pihak yang berkepentingan lainnya akan dirugikan. Adanya perbedaaan tujuan dan kepentingan ini, dapat menurunkan kepercayaan *stakeholder,* sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H1 : *Earning managment* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Nurizza (2017) dan Fadjrih (2016) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR yang lengkap, dapat meningkatkan kepercayaan investor. Jika kepercayaan investor meningkat, maka akan meningkatkan pula nilai perusahaan, yakni yang dicerrminkan dari harga sahamnya. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H2 : CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Norma dan Dini (2016), Amalia dan Made (2013), Arya dkk (2017), David dkk (2016), dan Umi dkk (2012), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang semakin baik,

akan meningkatkan keyakinan para *stakeholder* terhadap kemampuan perusahaan untuk memberikan *return* atas investasinya. Perusahaan dengan rasio laba yang tinggi, dianggap semakin menguntungkan dan nilai perusahaan akan naik , yang diukur dari harga saham yang smeakin tinggi. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H3 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut pernyataan Arya dkk (2017) dan Roosina dan Maswar (2016) ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sebab semakin besar ukuran perusahaan maka tingkat keyakinan investor akan semakin tinggi, sebab investor menyakini perusahaan skala besar akan memiliki kemampuan dalam pengembalian investasi. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.5 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Roosina Ayu dan Maswar Patuh (2016) menyatakan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Rasio pembiayaan hutang yang dimiliki perusahaan akan mempengaruhi keyakinan investor. Jika rasio leverage semakin tinggi, maka semakin tinggi pula risiko perusahaan tidak mampu memenuhi liabilitasnya. Kepercayaan investor yang menurun akan mempenagruhi nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H5 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.6 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Inggi Rosita Dewi dkk (2014) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Komposisi modal perusahaan yakni modal internal dan eksternal, dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan investor. Jika modal dari pihak ekstrenal lebih banyak, maka investor akan ragu untuk menginvestasikan modalnya. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H6 : Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3.7 Pengaruh *Earning Management* terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderating.

Menurut Pertiwi (2010), Herawati (2008), dan Ridwan dan Gunadi (2013) GCG mampu memoderasi variabel manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Manajemen laba adalah suatu intervensi untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dilakukan oleh pihak *agent*, namun memiliki tujuan lain yakni ingin suatu mencapai kinerja tertentu. Hal ini memungkinkan pihak *agent* melakukan rekayasa angka-angka pada laporan keungan, sehingga praktik manajeman laba ini dapat menyesatkan pihak *principal.* Oleh sebab itu, perlu adanya monitoring dari pihak yang ada dalam mekanisme *good corporate governance.* GCG dapat melakukan

monitoring pada *agent,* sehingga dapat mengurangi kecurangan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H7 : GCG mampu memoderasi pengaruh e*arning* terhadap nilai perusahaan.

2.3.8 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderating.

Menurut Zioldy dkk (2017) dan Ardianti (2016) menyatakan bahwa GCG mampu memoderasi hubungan variabel CSR terhadap nilai perusahaan. Pelaksanaan CSR menjadi salah satu tanggungjawab perusahaan terhadap *resource* lebih perusahaan. Sumber pendanaan yang berasal dari internal maupun ekstenal, harus dikelola serta diawasi agar tidak ada penyelewengan. Peran mekanisme GCG sangat diperlukan dalam melakukan pengawasan atas program CSR perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan transparansi perusahaan, terhadap segala bentuk modal yang dikeluarkan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H8 : GCG mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

2.3.9 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderating.

Menurut Putri Maslahatul (2017) dan Gora dan Ni Gusti (2016) menyatakan bahwa GCG mampu memoderasi hubungan variabel *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan. Penerapan mekanisme GCG dalam mengawasi segala aktivitas perusahaan, seperti adanya komite audit yang melakukan pengawasan terhadap laporan keuangan, mencegah adanya manipulasi terhadap angka-angka laporan keuangan, sehingga para *stakeholder* lebih menyakini keakuratan laporan keuangan peusahaan,terutama laporan laba rugi (profitabilitas), yang akhirnya akan meningkatkan pula nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H9 :GCG mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2.3.10 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderating.

Skala perusahaan yang semakin besar akan lebih memerlukan pengawasan yang lebih luas. Pihak *agent* tidak cukup untuk melakukan pengawasan serta pengendalian terhadap perusahaan, namun dengan penerapan GCG akan mempermudah pengawasan atas segala aktitas keuangan maupun non keuangan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H10 : GCG mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2.3.11 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderating.

Menurut Tito dan Basuki (2014), Putri Maslahatul (2017) yang menyatakan bahwa GCG mampu memoderasi *leverage* terhadap nilai perushaan. Tingkat *leverage* yang semakin tinggi akan meningkatkan pula risiko perusahaan dilikuidasi. Dengan penerapan GCG, akan melakukan kontrol terhadap intensitas perusahaan dalam melakukan utang. Dengan pengawasan dan pengendalian dalam penggunaan dana yang berasal dari utang, maka *stakeholder* akan semakin yakin akan eksistensi perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H11 : GCG mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

2.3.12 Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderating.

Struktur modal merupakan sumber modal kumulatif perusahaan yang berasal dari modal sendiri maupun modal dari utang. Jika proporsi utang lebih banyak, maka akan menurunkan keyakinan *stakeholder* terhadap keberlangsungan perusahaan, yang akan berdampak pada menurunya nilai perusahaan. Mekanisme GCG dapat memberikan pengawasan terhadap *agent* dalam perolehan serta penggunaaan dana dari utang. Sehingga dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H12 :GCG mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.