

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Agensi (Agency Theory)

Agency theory muncul dari fenomena pemisah antara pemilik perusahaan (pemegang saham/owner) dengan para manajer yang mengelola perusahaan. Bukti empiris menunjukkan bahwa Manajemen tidak selalu bertindak demi kepentingan terbaik pemilik perusahaan, tetapi seringkali Para manajer (direktur dan manajer) perusahaan bertindak untuk keuntungan mereka sendiri (Yusmaniarti et al., 2019). Teori agensi ini yang mendasari adanya penerapan *Good Corporate Governance*. Teori ini menjelaskan adanya hubungan antara manajemen atau “*agent*” dan pemilik atau “*principal*”. Pemilik dan Manajemen memiliki tujuan serta visi dan misi yang seharusnya sama demi memaksimalkan nilai perusahaan. Namun, ketika mereka memiliki kepentingan yang berbeda, dimana mereka telah masing-masing ingin mencapai kemakmuran yang dikehendaki, maka munculah konflik yang dikenal dengan istilah “konflik keagenan” (Tarmadi Putri dan Mardenia, 2019).

Menurut Kusumaningtyas (2015) biasanya, konflik keagenan muncul dari pembagian kepemilikan dan kendali atas sebuah perusahaan. Adanya konflik kepentingan antara investor dan manajer menyebabkan munculnya *agency cost* yaitu biaya monitoring (*monitoring cost*) yang dikeluarkan oleh *principal*. Menurut Jensen dan Meckling, adanya masalah keagenan memunculkan biaya agensi yang terdiri dari:

1. *The monitoring expenditure by the principle (monitoring cost)*
2. *The bounding expenditure by the agent (bounding cost)*
3. *The Residual Loss.*

Delegasi otoritas ini membuat para manajer memiliki insentif untuk membuat keputusan-keputusan strategik, taktikal dan operasional yang bukan untuk mencapai tujuan perusahaan tetapi untuk menguntungkan diri mereka sendiri, sehingga muncul konflik agensi yang sulit diselaraskan. Teori keagenan ini mengasumsikan bahwa manajer akan bertindak secara oportunistik dengan

mengambil keuntungan sebelum memenuhi kepentingan pemegang saham. Ketika perusahaan bertumbuh dan berkembang dengan pemegang saham semakin tersebar, maka biaya agensi yang dikeluarkan semakin besar, jika pemilik tidak dapat melakukan kontrol yang efektif terhadap manajer yang mengelola perusahaan. Karena perbedaan kepentingan tersebut, masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi dirinya sendiri.

Dalam penelitian ini teori keagenan sangat mendukung dengan variable - variabel yang akan diteliti. Diantaranya variabel yang sesuai dengan teori keagenan adalah variabel kepemilikan manajerial berfungsi sebagai pemersatu kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham, kepemilikan institusional menjadi mekanisme monitoring yang efektif dalam setiap keputusan yang akan diambil oleh pihak manajemen, Komisaris independen adalah komisaris yang bukan merupakan anggota manajemen, pemegang saham mayoritas, pejabat atau dengan cara lain berhubungan langsung atau tidak langsung dengan pemegang saham mayoritas dari suatu perusahaan yang mengawasi pengelolaan perusahaan. Teori agensi tersebut mendorong munculnya konsep *GCG* dalam pengelola bisnis perusahaan, dimana *GCG* diharapkan dapat meminimumkan hal-hal tersebut melalui pengawasan terhadap kinerja para agent. *GCG* memberikan jaminan kepada para pemegang saham bahwa dana yang diinvestasikan dikelola sebaik mungkin dan para agent bekerja sesuai dengan fungsi, tanggung jawab dan untuk kepentingan perusahaan (Windasari & Riharjo, 2019).

2.1.2. Good Corporate Governance

2.1.2.1. Pengertian Good Corporate Governance

Pengertian *corporate governance* menurut *Turnbull Report* (1999) dalam Effendi (2016:2) menyatakan : “*Corporate governance is a company’s system of internal control has it’s principal aim the management of risk that are significant of the fulfilment of its business objectivities, with a view to safeguarding the company’s assets and enhancing over time the value of the shareholders investment.*”.

Dengan demikian, berdasarkan definisi diatas *corporate governance* adalah suatu sistem yang mengatur mengenai pengendalian internal perusahaan tentunya

yang mengelola risiko signifikan yang berfungsi memenuhi tujuan perusahaan melalui memproteksi aset perusahaan serta mengoptimalkan nilai investasi para pemegang saham dalam jangka waktu yang lama.

Menurut Bank Dunia (*World Bank*) mendefinisikan *Good Corporate Governance* ialah kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka Panjang yang berkelanjutan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan. Menurut *Forum Corporate Governance on Indonesia* (FCGI), *Corporate Governance* ialah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus dan pengelola perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan, serta pemangku kepentingan eksternal dan internal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau suatu sistem yang mengendalikan perusahaan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* adalah seperangkat aturan atau peraturan yang mengatur hubungan antara hak dan kewajiban para pihak dalam perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan, terutama kepentingan pemegang saham. Mengabaikan kepentingan pihak lain untuk waktu yang lama. panjang. Tata kelola perusahaan merupakan suatu konsep yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi ekonomi yang mencakup serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan perusahaan lainnya. Secara umum, *Good Corporate Governance* adalah mekanisme yang menyeimbangkan perilaku dan pilihan manajer dan kepentingan pemegang saham.

2.1.2.2. Tujuan Good Corporate Governance

Menurut Sudarmanto et al., (2021 : 29) *Good Corporate Governance* memberikan acuan dalam pengawasan yang berfungsi untuk efektivitas pelaksanaan perusahaan. Adapun tujuan dari *Corporate Governance* ialah berikut:

1. Mengoptimalkan nilai perusahaan adalah dengan meningkatkan Prinsip akuntabilitas, dapat dipercaya, tanggung jawab, keterbukaan

- dan keterbukaan adil sehingga perusahaan dapat bersaing secara sehat di seluruh negeri dan secara internasional.
2. Meningkatkan pengelolaan perusahaan secara transparan dan efisien bahkan fungsi perusahaan yang profesional dan resmi dalam hal meningkatkan independensi perusahaan.
 3. Mendukung direksi, direksi, bahkan pemegang saham Saham yang membuat kebijakan perusahaan didasarkan pada dengan aturan hukum yang berlaku dan moral yang luhur dan memiliki pemahaman tentang tanggung jawab sosial perusahaan pemangku kepentingan dan lingkungan perusahaan.

2.1.2.3. Prinsip-Prinsip Corporate Governance

Menurut Sudarmanto et al., (2021: 8) prinsip-prinsip *Corporate Governance* yang dirumuskan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) yang dibentuk berdasarkan keputusan Menko Ekuin No. KEP/31/M.EKUIIN/08/199 pada tahun 2006, yaitu berikut:

1. *Transparansi (Transparency)*
Prinsip ini adalah keterbukaan informasi kepada publik proses pengambilan keputusan akurat, relevan, dan terbuka oleh pihak terkait. Sehingga aktifkan kegiatan bisnis perusahaan beroperasi secara efektif dan efisien dan melindungi kepentingan pemegang saham.
2. *Akuntabilitas (Accountability)*
Di prinsip akuntabilitas ini merupakan persyaratan yang diperlukan untuk mencapai kinerja perusahaan yang baik agar dapat bersaing. Prinsip akuntabilitas dapat melihat kinerja yang terukur dalam implementasinya dan evaluasi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.
3. *Pertanggungjawaban (Responsibility)*
Prinsip ini tidak hanya sebatas tanggung jawab kepada yang bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas antara para dewan dan staff, serta perusahaan akan tetapi bertanggung jawab melainkan

dengan bertanggung jawab kepada para pemegang saham. Sehingga perusahaan dapat mempertanggungjawabkan semua aturan-aturan yang terkait dengan hukum perusahaan yang berlaku.

4. Independensi (*Independency*)

Independensi merupakan prinsip yang meyakini bahwa kemandirian merupakan keharusan agar instansi perusahaan dapat bertugas dengan baik serta mampu membuat keputusan yang baik bagi perusahaan.

5. Keadilan (*Fairness*)

Kesetaraan sebagai prinsip yang mengharuskan adanya perlakuan yang sama terhadap semua pemegang saham, termasuk investor asing dan pemegang saham minoritas, yaitu semua pemegang saham dengan kelas yang sama harus mendapat perlakuan yang sama pula.

2.1.2.4. Implementasi *Good Corporate Governance*

1. Kepemilikan Manajerial

Menurut Maulamin (2018:103) kepemilikan manajerial bisa sebagai prosedur untuk mengurangi kasus keagenan yg muncul diantara ke dua pihak karena manajer perusahaan cenderung untuk mengejar tujuan pribadinya sendiri, misalnya berusaha untuk memperoleh bonus setinggi mungkin. Adanya kepemilikan dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat. Kepemilikan manajemen yg besar akan efektif memonitoring kegiatan perusahaan. Kepemilikan saham yg besar berdasarkan segi nilai ekonomisnya mempunyai bonus untuk memonitor (Arianti dan Putra, 2018).

Kepemilikan manajerial merupakan besarnya saham yang dimiliki manajemen menurut total saham yang beredar. Kepemilikan manajerial pula bisa dikatakan menjadi situasi yang pada dalamnya manajer sekaligus menjadi pemegang saham perusahaan yang ditunjukkan menggunakan persentase kepemilikan saham perusahaan sang manajer. Kepemilikan saham yg besar menurut segi nilai

ekonomisnya mempunyai bonus menyelaraskan kepentingan *agent* dan *principal* (Negara, 2019)

2. Dewan Komisaris Independen

Franita (2018:12) Peran Komisaris Independen sangat penting untuk mengelola perusahaan yang menurut prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*. Komisaris Independen berfungsi menjadi pengawas pada jalannya operasi perusahaan, mengklaim terlaksankannya strategi perusahaan, dan memastikan bahwa perusahaan sudah melakukan praktek prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* sesuai ketentuan-ketentuan yang berlaku. Dan kedudukan masing-masing dewan komisaris merupakan setara termasuk dewan komisaris independen dan dewan komisaris utama. Anggota dewan komisaris diangkat dan diberhentikan oleh RUPS melalui proses yang transparan. Setiap anggota dewan komisaris wajib memenuhi persyaratan dan sudah lulus Penilaian Kemampuan dan Keputusan Yusmaniarti et al (2019).

Jumlah minimal dewan komisaris independen merupakan 30% semua anggota dewan komisaris. Komisaris independen bertindak menjadi pengawas manajemen pada suatu perusahaan. Komisaris independen bisa mengontrol manajer untuk tidak melakukan perbuatan yang merugikan perusahaan. Adanya komisaris independen mengakibatkan penerapan *Good Corporate Governance* akan terealisasi menggunakan baik menggunakan adanya supervisi yg baik yang akan bisa mempertinggi nilai perusahaan (Putra, 2013).

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2015:132) keberadaan dewan komisaris independen telah diatur oleh Bursa Efek Indonesia dalam peraturan Bursa Efek Indonesia pada tanggal 1 Juli 2000 mengenai tentang beberapa kriteria dewan komisaris independen adalah sebagai berikut:

1. Dewan komisaris independen tidak memiliki interaksi keterkaitan (afiliasi) menggunakan pemegang saham pengendali

- juga menggunakan pemegang saham secara umum dikuasai dalam emiten tercatat yang bersangkutan
2. Dewan komisaris independen tidak mempunyai hubungan dengan komisaris maupun dengan direktur lainnya pada emiten tercatat yang bersangkutan.
 3. Dewan komisaris independen tidak mempunyai jabatan maupun kedudukan ganda pada perusahaan lainnya yang terkait (terafiliasi) dengan emiten yang bersangkutan.
 4. Dewan komisaris independen harus menguasai mengenai peraturan perundang-undangan dalam bidang pasar modal.
 5. Dewan komisaris independen dipilih dan ditunjuk melalui suara pemegang saham minoritas bukan melainkan dengan pemegang saham pengendali dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

2.1.3. Corporate Social Responsibility

2.1.3.1. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme di mana organisasi secara sukarela memasukkan isu-isu lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan berinteraksi dengan *stakeholders*, yang melampaui tanggung jawab hukum organisasi. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan dan perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas lokal dan publik. Meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang kondusif bagi perusahaan itu sendiri dan perkembangannya (Arianti dan Putra, 2018). Menurut ISO 26000 *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap pengaruh berdasarkan keputusan dan kegiatannya dalam rakyat dan lingkungan yang diwujudkan pada bentuk konduite transparan dan etis yang sejalan menggunakan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan rakyat, mempertimbangkan asa pemangku kepentingan, sejalan

menggunakan aturan yang ditetapkan dan kebiasaan-kebiasaan konduite internasional, dan terintegrasi menggunakan organisasi secara menyeluruh.

2.1.3.2. Komitmen *Corporate Social Responsibility*

Menurut Marius dan Masri (2017) ada empat komitmen dalam *Corporate Social Responsibility* ialah:

1. Tanggung Jawab Ekonomi (*Economic Responsibilities*)

Tanggung jawab ekonomi adalah tanggung jawab sosial yang paling mendasar. Maksimalisasi keuntungan adalah suatu bentuk tanggung jawab ekonomi perusahaan. Dalam menjalankan tanggung jawab ekonomi, perusahaan pula bisa bertanggung jawab secara sosial menggunakan menyediakan lapangan pekerjaan bagi angkatan kerja, taat membayar pajak dan turut berkontribusi pada pembangunan nasional.

2. Tanggung Jawab Hukum (*Legal Responsibilities*)

Tanggung jawab aturan mencerminkan kewajiban perusahaan buat mematuhi anggaran perundang-undangan terkait kegiatan bisnis. Gerakan peduli lingkungan hayati mempunyai efek terhadap undang-undang bisnis. Gerakan ini mengakibatkan undang-undang tentang proteksi lingkungan semakin dikonsentrasikan dan ditegakkan menggunakan lebih baik dan bisa memicu diberlakukannya undang-undang baru yang lebih komperhensif.

3. Tanggung Jawab Etis (*Ethical Responsibilities*)

Tanggung jawab etis mencerminkan gagasan perusahaan tentang perilaku usaha yg benar dan layak. Perusahaan dibutuhkan untuk dapat berperilaku secara etis.

4. Tanggung Jawab Disreksi (*Discretionary Responsibilities*)

Tanggung jawab disreksi adalah tanggung jawab secara sukarela dilakukan oleh suatu organisasi usaha yang bisa meliputi kegiatan interaksi menggunakan masyarakat, memperkuat gambaran perusahaan, produk atau jasa mereka menggunakan mendukung gerakan yang bermanfaat. Tanggung jawab disreksi ini mempunyai dimensi layanan mandiri.

2.1.3.3. Manfaat Corporate Social Responsibility

Menurut Effendi, (2016 : 165) ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan CSR yaitu:

1. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapat citra (*image*) yang positif dari masyarakat.
2. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal
3. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
4. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)

2.1.4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan selama periode waktu tertentu. *Profit/Laba* adalah salah satu ukuran yang paling sering dijadikan tolak ukur dalam menilai kinerja perusahaan. Perusahaan dengan margin tinggi dapat dianggap berkinerja baik, yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Yusmaniarti et al(2019) menyatakan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lain sebagainya. Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan.

Profitabilitas merupakan indikator kinerja manajemen yang ditunjukkan dengan keuntungan yang dihasilkan selama pengelolaan aset perusahaan. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan

keuntungan bagi perusahaan melalui rasio-rasio. Ada beberapa cara untuk mengukur rasio profitabilitas, yaitu:

1. *Net Profit Margin* (NPM), menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh dari perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Dengan kata lain rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan.
2. *Return on Asset* (ROA), suatu rasio profitabilitas yang menunjukkan laba perusahaan dengan membagi laba bersih terhadap total aktiva yang dimiliki perusahaan sehingga rasio ini disebut juga dengan *earning power* karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah asset yang digunakan.
3. *Return on Equity* (ROE), salah satu jenis rasio profitabilitas yang mencerminkan laba perusahaan melalui pembagian laba bersih dengan total ekuitas perusahaan sehingga melalui rasio ini perusahaan dapat mengetahui kinerja perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia yang nantinya diperuntukkan bagi para pemegang saham.
4. *Earning per Share*, rasio ini digunakan untuk mengukur setiap laba bersih yang diperoleh atas setiap lembar saham yang beredar.

Astuti dan Yadnya (2019) mengatakan Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan (*Profit*), profitabilitas secara alami menjadi perhatian utama para analis dan investor. Tingkat profitabilitas yang stabil akan mampu bertahan dalam bisnisnya dengan memperoleh return yang memadai dibanding dengan resikonya. Profitabilitas penting dalam upaya Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena Profitabilitas menunjukkan apakah entitas memiliki prospek yang baik entah itu masa depan ataukah tidak. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan profitabilitas karena Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, keberlanjutannya kehidupan perusahaan akan lebih terjamin.

2.1.5. Nilai Perusahaan

2.1.5.1. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan (*Value Of The Firm*) merupakan kondisi spesifik yang dicapai perusahaan sebagai tanda kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah beberapa tahun beraktivitas sejak perusahaan didirikan. Peningkatan nilai suatu perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Fiadicha dan Hanny 2016). Miranatha et al (2021) mengatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham di pasar modal. Teori yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh *earnings power* dari aset perusahaan. Semakin tinggi *earnings power* semakin *efisien* perputaran aset dan semakin tinggi profit margin yang diperoleh perusahaan. Bagi seorang manajer, nilai perusahaan merupakan tolak ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai suatu perusahaan menandakan adanya peningkatan kinerja perusahaan tersebut. Secara tidak langsung, hal ini dilihat sebagai tujuan perusahaan untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham. Bagi investor, peningkatan nilai suatu perusahaan akan membangkitkan minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dan menaikkan harga saham perusahaan tersebut.

2.1.5.2. Tujuan Nilai Perusahaan

Maulamin (2018:17) pada umumnya dalam mendirikan sebuah perusahaan tentunya memiliki beberapa tujuan perusahaan untuk merealisasikan aktivitas operasi perusahaan menjadi efektif dan efisien diantaranya sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan Keuntungan Perusahaan

Untuk memperoleh laba yang besar tentunya perusahaan akan meningkatkan efisiensi operasi perusahaan sehingga dapat mencapai laba yang maksimal, dengan begitu perusahaan akan mampu bersaing secara sehat dengan perusahaan lainnya karena laba yang diperoleh tersebut akan diinvestasikan kembali dalam rangka untuk mempertahankan pertumbuhan perusahaan.

2. Memakmurkan Para Pemegang Saham

Memakmurkan kekayaan para pemegang saham merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan karena di dalam suatu perusahaan tidak hanya terfokus dalam menghasilkan laba yang maksimal melainkan dengan memperhatikan kemakmuran para stakeholders melalui kekayaan saham yang dimiliki perusahaan tersebut.

3. Meningkatkan Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan tercermin dalam harga saham oleh karena itu untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan maka pihak manajemen memaksimalkan performa perusahaan agar meningkatnya harga saham, apabila meningkatnya harga saham maka akan diikuti juga dengan meningkatnya nilai perusahaan.

2.1.5.3. Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Irham (2014:83) mengemukakan bahwa dalam mengukur nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasui nilai pasar. Rasio nilai pasar memberikan interpretasi bagi pihak manajemen terhadap situasi penerapan kinerja suatu perusahaan di masa yang akan datang. Pengukuran nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

A. *Price Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio ialah suatu bentuk rasio keuangan untuk mengukur atas kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Untuk mengukur rasio ini dengan cara melakukan perbandingan antara harga saham (*market per share*) dengan laba per lembar saham (*earning per share*).

B. *Tobin's Q*

Tobin's q merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan nilai pasar saham perusahaan yang terdaftar di pasar dengan nilai penggantian aset sebuah perusahaan. Rasio tersebut mencerminkan performa perusahaan dalam mengelola aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

C. *Price to Book Value* (PBV)

Price to book value merupakan rasio yang menunjukkan apakah harga saham diatas (*overvalued*) nilai buku saham atau dibawah (*undervalued*) nilai buku saham. Untuk mengukur rasio ini dapat dilakukan dengan membandingkan harga saham perusahaan dengan nilai buku perusahaan.

Dalam penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV) yang fungsinya memberikan penjelasan mengenai pergerakan harga saham perusahaan yang senantiasa akan berdampak pada harga saham. Rasio ini menunjukkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham, apabila *Price to Book Value* semakin meningkat mencerminkan harga saham yang tinggi dan para investor akan percaya pada kinerja perusahaan di masa yang akan datang, begitupun dengan sebaliknya apabila *Price to Book Value* menurun maka mencerminkan harga saham yang rendah dan para investor kurang berminat untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Kumalasari dan Widyawati, 2017).

2.2. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Marius dan Masri (2017), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* (Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan komite audit) dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015. Purposive sampling digunakan sebagai teknik pengambilan sampel, sembilan belas perusahaan digunakan sebagai data penelitian dengan jumlah sampel lima puluh tujuh. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan regresi berganda serta menggunakan sistem operasi SPSS 21.0 for windows. Hasil penelitian ini adalah Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Komite Audit berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Windasari dan Riharjo (2019), tujuan penelitian ini untuk menemukan bukti empiris tentang pengaruh mekanisme *good corporate governance*, tingkat profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, pengaruh mekanisme *good corporate governance* dan tingkat profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*, pengaruh mekanisme *good corporate governance* terhadap nilai

perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam rentang tahun 2011- 2014. Sampel penelitian adalah sebanyak 37 perusahaan dengan 148 observasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji Analisis Jalur/Path Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa good corporate governance dan *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Good corporate governance* berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap corporate social responsibility.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Tarmadi Putri dan Mardenia (2019), Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor dalam menentukan kelayakan investasi. Oleh sebab itu tujuan berdirinya perusahaan adalah memaksimalkan nilainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan metode purposive sampling dengan populasi perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015 dan terpilih sebanyak 60 sampel. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa GCG berpengaruh positif pada nilai perusahaan, profitabilitas dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Arianti dan Putra (2018), bertujuan untuk mengembangkan variabel laba pada perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komite Audit Nilai-Nilai Perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014-2016 dimana jumlah perusahaan adalah 14 perusahaan dengan 3 tahun penelitian, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 42 sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling. Teknik Analisis Data dalam penelitian ini menggunakan Deskriptif, Uji Asumsi Klasik dan *Moderated*

Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Positive Management Ownership* Nilai Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Komite Audit tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas tidak mampu memoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Komite Audit Nilai Perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yusmaniarti et al. (2019), bertujuan untuk menguji pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar pada bursa efek indonesia periode 2015-2018). Jenis penelitian kuantitatif, data yang digunakan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang property dan real estate di bursa efek indonesia pada periode 2015- 2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria-kriteria tertentu sehingga terpilih 20 perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS 16.0. Ada 4 hipotesis penelitian, menguji pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan, menguji komisaris independen terhadap nilai perusahaan, menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, menguji pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Hasil menunjukkan, Komite Audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Komisaris Independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Worokinasih dan Zaini (2020), bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menjelaskan penerapan *Good Corporate Governance* dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan keseimbangan kepentingan internal dan eksternal. Jenis penelitian ini adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan sampel 13 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan menggunakan teknik Partial Least Square (PLS), diperoleh hasil

bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan. *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Tunpornchai dan Hensawang (2018), bertujuan untuk menunjukkan dampak empiris *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* diukur menggunakan indeks *Corporate Social Responsibility* yang dikembangkan oleh KLD Research & Analytics, Inc (model peringkat KLD). *Corporate Social Responsibility* dikategorikan ke dalam enam bidang yakni lingkungan, komunitas, keragaman, hubungan karyawan, produk, dan *Corporate Governance*. *Corporate Governance* diukur dengan proporsi struktur kepemilikan, struktur kepemilikan institusional, dan struktur dewan pengurus. Selain itu, nilai perusahaan dihitung dengan nilai pasar menggunakan Tobin's Q. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata nilai *Corporate Social Responsibility* keseluruhan sebesar 0,7997. Hubungan karyawan menunjukkan skor tertinggi sebesar 0,9625. Sedangkan nilai terendah adalah 0,5625. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan efek keseluruhan yang positif dari *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. Keenam bidang *Corporate Social Responsibility* menunjukkan hasil yang konsisten dengan pengaruh signifikan yang positif. Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan sebaiknya fokus pada *Corporate Social Responsibility* karena berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan harus fokus pada peningkatan community area karena area ini mendapat skor paling rendah 0,5625. Selain itu, perusahaan sebaiknya menekankan pada keberagaman area karena regresi menggambarkan pengaruh nilai perusahaan yang paling tinggi. Selain itu, pemegang saham utama pada gilirannya (*free float*) harus khawatir karena pengaruh signifikan dalam kedua persamaan terhadap nilai perusahaan. Karena, pasar saham Thailand menentukan kebijakan bahwa perusahaan yang terdaftar di pasar saham perlu memanipulasi

Laporan Keberlanjutan dengan menggunakan kerangka GRI (*Global Reporting Initiative*).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Manurung et al. (2019), bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan, *good corporate governance*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel bebas terhadap nilai perusahaan sebagai variabel terikat pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari laporan keuangan perusahaan yang diperoleh pada laman website www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini adalah 26 perusahaan manufaktur pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017. Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan, terdapat 16 perusahaan yang memenuhi kriteria tersebut dan memenuhi syarat sebagai sampel penelitian. Berdasarkan hasil uji chow dan uji Hausman, model yang paling tepat digunakan dalam regresi data panel penelitian ini adalah model *fixed effect*. Berdasarkan hasil regresi pada perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini menunjukkan nilai adjusted R² sebesar 0,977623. Artinya 97,7623% dari variabel terikat adalah nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu kinerja keuangan, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 2,2377% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel bebas dalam penelitian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Miranatha et al. (2021), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Jumlah sampel yang diambil adalah 20 perusahaan, dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR; Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR; Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.3. Hubungan Antara Variabel Penelitian

2.3.1. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dengan Nilai Perusahaan

Good Corporate Governance memiliki peran utama dalam perusahaan, yaitu dalam memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham serta sebagai usaha memanfaatkan sumber daya dalam memperoleh laba. Dalam pendekatan keagenan mengemukakan bahwa adanya perbedaan kepentingan mengenai pihak manajemen dan pihak pemegang saham. Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen yang dapat diukur dengan total persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen yang aktif terlibat dalam pengambilan keputusan suatu perusahaan (Wiranoto, 2021).

Keberadaan pihak manajerial disuatu perusahaan dapat meminimalisir konflik keagenan karena kepemilikan manajerial dapat menyetarakan kedudukan antara pihak manajemen dengan pihak pemegang saham yang nantinya pihak manajerial selaku sebagai pihak pemegang saham dan mengelola perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajerial, semakin kuat kecenderungan manajemen untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya, sehingga nilai perusahaan meningkat. Kinerja yang baik memberikan informasi yang berkualitas tinggi dan memberikan sinyal positif bagi investasi investor. Semakin tinggi tingkat investasi, semakin tinggi nilai perusahaan (Lastanti dan Salim, 2018). Dalam penelitian Lastanti dan Salim (2018) dan Arianti dan Putra (2018) menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan.

H₁ : Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2. Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan

Dewan komisaris independen memegang peranan penting dalam perusahaan, terutama dalam pelaksanaan mekanisme *corporate governance*. Keberadaan adanya dewan komisaris independen menjadi sangat penting karena dalam praktik sering ditemukan transaksi yang mengandung unsur perbedaan kepentingan dalam perusahaan publik. Komisaris independen mempunyai tanggung jawab yaitu mendorong diimplementasikannya prinsip *Good Corporate*

Governance yang baik. Dengan adanya dewan komisaris independen dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan perusahaan, kualitas laporan keuangan perusahaan yang baik maka akan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan sehingga menyebabkan harga saham suatu perusahaan akan meningkat diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan (Amaliyah dan Herwiyanti 2019).

Dewi dan Nugrahanti (2017) menyatakan bahwa Keberadaan komisaris independen diharapkan dapat meningkatkan efektifitas pengawasan dan mengupayakan meningkatkan kualitas dari laporan keuangan. Adanya pengawasan yang baik akan meminimalisir tindakan kecurangan yang dilakukan manajemen dalam pelaporan keuangan. Dengan begitu maka kualitas laporan keuangan juga semakin baik dan menyebabkan investor percaya untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut, sehingga pada umumnya harga saham perusahaan akan lebih tinggi dan nilai perusahaan semakin meningkat. Proporsi dewan komisaris independen dalam penelitian ini diukur dengan persentase anggota dewan komisaris berasal dari luar perusahaan dengan total ukuran anggota dewan komisaris perusahaan. Semakin banyak dewan komisaris independen dalam suatu perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan, karena kinerja manajemen diawasi oleh dewan komisaris independent. Penelitian yang dilakukan Widianingsih (2018) dan Dewi dan Nugrahanti (2017) menunjukkan bahwa komisaris independen memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.3.3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas ialah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena menjadi salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Permana dan Rahyuda (2018) menyatakan bahwa profitabilitas menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan Profitabilitas merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan Profitabilitas dapat dihitung dengan *Return On*

Asset (ROA). Return On Asset rasio yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan atas jumlah keseluruhan aset/aktiva yang tersedia didalam perusahaan. *Return On Asset* ini mengukur seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan laba Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Apabila rasio ini tinggi, maka menunjukkan keseluruhan aset yang dipergunakan mampu menghasilkan laba bagi perusahaan serta akan menyebabkan semakin baik juga nilai perusahaan. Dalam penelitian Astuti dan Yadnya (2019) dan Musabbihan dan Purnawati (2018) yang sependapat menyatakan *Return On Asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₄ : *Return On Asset* berpengaruh terhadap positif Nilai Perusahaan

2.3.4. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Salah satu aspek dari pelaksanaan *corporate social responsibility* perusahaan perusahaan adalah bentuk tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* bukan hanya tanggung jawab sosial perusahaan kepada para pemegang saham dan pemangku kepentingan internal perusahaan, tetapi juga masyarakat perusahaan terhadap lingkungan perusahaan baik itu masyarakat maupun lingkungan alamnya, hal ini diharapkan mampu menunjang kinerja perusahaan agar lebih baik lagi dimata pemangku kepentingan serta masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Arianti dan Putra 2018).

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan apabila melaksanakan *corporate social responsibility* diantaranya adalah produk semakin disukai oleh konsumen, lingkungan sekitar perusahaan akan terjaga, loyalitas karyawan meningkat dan reputasi perusahaan meningkat dimata masyarakat yang artinya pelaksanaan *corporate social responsibility* tersebut akan memberikan peningkatan kinerja perusahaan sehingga perusahaan diminati oleh para investor. Ayem dan Nikmah (2019) menyatakan bahwa semakin luas atau semakin besar pengungkapan

corporate social responsibility maka semakin besar nilai perusahaan karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula. Dalam penelitian Ayem dan Nikmah (2019) dan Humairoh (2018) sependapat menyatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.4. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka dapat digambarkan suatu kerangka konseptual teoritis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

