

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Stakeholders**

Menurut teori ini perusahaan diharapkan melakukan aktivitas-aktivitas yang diharapkan stakeholders dan melaporkan aktivitas-aktivitas tersebut kepada mereka. Stakeholders memiliki hak untuk diberikan informasi tentang bagaimana aktivitas-aktivitas perusahaan mempengaruhi mereka meskipun informasi tersebut tidak mereka gunakan, atau tidak memainkan peranan yang signifikan dalam perusahaan (Purnomosidhi, 2016). Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdersnya (Ghozali dan Chariri, 2017). Stakeholders perusahaan terdiri dari pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain.

Pentingnya Pengaruh stakeholders bagi reputasi perusahaan serta untuk mendapatkan keunggulan komparatif, perusahaan tentu akan mencoba untuk mengelola hubungan dengan stakeholders melalui penyediaan informasi, biasanya dalam bentuk pengungkapan sukarela di dalam laporan tahunan atau website perusahaan (Suttipun, 2012). Selain itu, akuntabilitas organisasional tidak hanya terbatas pada kinerja ekonomi atau keuangan saja sehingga perusahaan perlu melakukan pengungkapan tentang modal intelektual dan informasi lainnya melebihi dari yang diharuskan (mandatory) oleh badan yang berwenang (Purnomosidhi, 2016). Pengungkapan sukarela dalam bentuk pelaporan modal intelektual dapat dijadikan pertimbangan oleh perusahaan. Pengungkapan modal intelektual dapat dijadikan sarana bagi perusahaan untuk mengelola hubungan yang harmonis dengan stakeholdersnya. Selain itu, melalui pengungkapan modal intelektual diharapkan dapat memberikan image yang positif bagi perusahaan.

## 2.2 Agency Theory

Menurut Jensen dan Meckling (1976) teori utama yang mendasari konsep *good corporate governance* adalah teori keagenan. Ketika pemilik (manajer) mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan pada pihak lain, terdapat hubungan keagenan antara kedua pihak. Silveira and Barros (2006). Teori keagenan mengemukakan hubungan antara principal (pemilik) dan agent (manajer) dalam hal pengelolaan perusahaan, dimana principal merupakan suatu entitas yang mendelegasikan wewenang untuk mengelola perusahaan kepada pihak agent (manajemen). Sukmawati (2012).

Menurut Brigham & Houston (2010, p:65) para manajer diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham, untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*). Cintia (2014) hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu, yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut.

Perspektif teori agensi merupakan dasar yang digunakan untuk memahami isu *corporate governance* dan *earnings management*. Silveira and Barros (2006). Adanya pemisahan kepemilikan oleh principal dengan pengendalian oleh agen dalam sebuah organisasi cenderung menimbulkan konflik keagenan diantara principal dan agen. Jensen dan Meckling (1976) dalam Surya Andhika (2013) menyatakan bahwa laporan keuangan yang dibuat dengan angka-angka akuntansi diharapkan dapat meminimalkan konflik diantara pihak-pihak yang berkepentingan. Dengan laporan keuangan yang dilaporkan oleh agen sebagai pertanggung jawaban kinerjanya, principal dapat menilai, mengukur dan mengawasi sampai sejauh mana agen tersebut bekerja untuk meningkatkan kesejahteraannya serta sebagai dasar pemberian kompensasi kepada agen. Rizka (2009) *Corporate governance* yang merupakan konsep yang didasarkan pada teori keagenan, diharapkan bisa berfungsi sebagai alat

untuk memberi keyakinan kepada investor bahwa mereka akan menerima return atas dana yang mereka investasikan. Tumpul manik (2011), *Corporate governance* berkaitan dengan bagaimana investor yakin bahwa manajer akan memberikan keuntungan bagi investor, yakin bahwa manajer tidak akan mencuri atau menggelapkan atau menginvestasikan ke dalam proyek-proyek yang tidak menguntungkan berkaitan dengan dana atau kapital yang telah ditanamkan oleh investor dan berkaitan dengan bagaimana para investor mengendalikan para manajer.

### **2.3 Kepercayaan Investor**

Ketika manajer mampu mengelola organisasi secara maksimal, khususnya dalam upaya penciptaan nilai bagi perusahaan, maka itu artinya manajer telah memenuhi aspek etika dari teori *stakeholder*, dan ketika para stakeholder berupaya untuk mengendalikan sumber daya organisasi, maka orientasinya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Kesejahteraan tersebut diwujudkan dengan semakin tingginya return yang dihasilkan oleh organisasi. Para *stakeholder* berkepentingan untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki oleh organisasi. Menurut teori *stewardship* pemilik (*principal stakeholders*) perusahaan adalah direktur dan karyawan (*principals dan stewards*). Teori *stewardship* adalah teori yang menggambarkan situasi dimana para manajer tidaklah termotivasi oleh tujuan-tujuan individu tetapi lebih ditujukan pada sasaran hasil utama mereka untuk kepentingan organisasi. Teori ini mempunyai dasar psikologi dan sosiologi yang telah tersusun, dimana para eksekutif sebagai *steward* termotivasi untuk bertindak sesuai keinginan *principals*, selain itu perilaku *steward* tidak akan meninggalkan organisasinya sebab *steward* berusaha mencapai sasaran organisasinya. Teori *Stewardship* didesain bagi para peneliti untuk menguji situasi dimana para eksekutif dalam perusahaan sebagai pelayan (*stewardess*) dapat termotivasi untuk bertindak dengan cara terbaik bagi *principal*-nya (Donaldson dan Davis,2010). *Stewardship theory* dibangun di atas asumsi filosofis mengenai sifat manusia yaitu bahwa

manusia pada hakekatnya dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab, memiliki integritas dan kejujuran terhadap pihak lain.

Kepercayaan Investor diukur dengan menggunakan *Cummulative Abnormal Return* (CAR). *Cummulative Abnormal Return* merupakan penjumlahan dari *abnormal return* hari sebelumnya di dalam periode peristiwa untuk masing-masing sekuritas. *Abnormal return* atau *excess return* merupakan selisih return yang sesungguhnya terjadi dengan *return* normal. *Return* normal merupakan return ekspektasi (*return* yang diharapkan oleh investor). Dengan demikian *abnormal return* merupakan selisih antara return sesungguhnya yang terjadi dengan return ekspektasi. Rumus *Cummulative Abnormal Return* (CAR) yaitu :

$$CAR = \sum_{t+1}^{t-1} AR_{it}$$

Keterangan :

CAR = akumulasi *abnormal return* perusahaan i.

AR<sub>it</sub> = rata-rata *abnormal return* saham perusahaan i pada hari ke -t.

## 2.4 Intellectual Capital

Meskipun istilah modal intelektual sudah digunakan secara luas oleh berbagai pihak tetapi belum ada definisi modal intelektual yang tepat dan disetujui secara luas. Garcia-Meca dan Martinez dalam Dhanindra (2014) mengemukakan definisi modal intelektual sebagai pengetahuan, intellectual property, atau pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan.

Sangkala (2016) juga menyebutkan bahwa modal intelektual sebagai intellectual material, yang meliputi pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual dan pengalaman yang dapat digunakan secara bersama untuk menciptakan kekayaan (wealth). Intellectual capital (Setiarso, 2016) merupakan sebuah sumberdaya penting dan sebuah kapabilitas untuk bertindak berdasarkan pengetahuan. Joeфри (2012) membahas bahwa modal

intelektual adalah perangkat yang diperlukan untuk menemukan peluang dan mengelola ancaman dalam kehidupan. Banyak pakar yang mengatakan bahwa kapital intelektual ini sangat besar perannya dalam menambah nilai suatu kegiatan, termasuk dalam mewujudkan kemandirian suatu daerah. Berbagai organisasi, lembaga dan strata sosial yang unggul dan meraih banyak keuntungan atau manfaat adalah karena mereka terus menerus mengembangkan sumberdaya atau kompetensi manusianya.

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa modal intelektual merupakan suatu konsep yang dapat memberikan sumberdaya berbasis pengetahuan baru dan mendeskripsikan aktiva tak berwujud yang jika digunakan secara optimal memungkinkan perusahaan untuk menjalankasn strateginya dengan efektif dan efisien. Dengan demikian modal intelektual merupakan pengetahuan yang memberikan informasi tentang nilai tak berwujud perusahaan yang dapat mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing.

#### **2.4.1 Komponen Intellectual Capital**

Menurut Steward (1998), Sveiby (1997), Saint-Onge (1996), dan Bontis (2000) dalam Sawarjuwono dan Kadir (2013), intellectual capital terdiri dari tiga komponen utama yaitu:

1. **Human Capital** Human capital sebagai sumber pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. Human capital mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. Human capital akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki karyawannya.
2. **Structural Capital** Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya

yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses pabrikasi, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk intellectual property yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki system dan prosedur yang buruk maka intellectual capital tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.

3. Relational Capital Relational capital merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. Elemen ini merupakan hubungan yang harmonis yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun masyarakat sekitar. Relational capital dapat muncul dari berbagai bagian di luar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

Sangkala (2006) memilah beberapa komponen modal intelektual menjadi *human, structural dan customer capital*. Sveiby dalam Sangkala, (2016) menyebutkan komponen modal intelektual terdiri dari *employee competence, internal structure dan external structure*. Komponen-komponen modal intelektual juga sebanding dengan komponen-komponen dalam taksonomi sumber daya intangible yang dikembangkan oleh Bounfour dalam Purnomosidhi (2015), yakni *autonomous intangibles dan dependent intangible* yang memuat unsur-unsur yang telah dibicarakan di atas.

Model-model di atas muncul dari dan berfokus pada konteks atau level analisis perusahaan atau organisasi. Modal intelektual dipahami sebagai nilai-nilai tersembunyi (*hidden values*) dari individu-individu, perusahaan

perusahaan, institusi-institusi, dan masyarakat serta wilayah yang merupakan sumber nyata maupun potensial bagi penciptaan nilai atau kesejahteraan. Rupidara (2008) menyebutkan setelah melalui berbagai review dalam 2 tahun terakhir telah terjadi konvergensi dalam kategorisasi dan bahasa yang digunakan dalam model modal intelektual. Modal intelektual tersusun atas 3 komponen, yakni 1) seluruh atribut human capital (seperti intelektual, skills, kreativitas, cara kerja), 2) organizational capital (property intelektual, data data proses-proses, budaya), dan 3) relational capital (seluruh relasi eksternal dengan konsumen, suppliers, partners, networks, regulators, dll). Keseluruhan hal itulah yang membentuk kesatuan entitas modal intelektual.

#### 2.4.2 Perhitungan Intelektual Capital

Variabel modal intelektual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kinerja modal intelektual yang merupakan penciptaan nilai yang diperoleh atas pengelolaan modal intelektual. Dimana kinerja modal intelektual diukur berdasarkan value added yang diciptakan oleh physical capital (VACE), human capital (VAHC), dan structural capital (VASC). Kombinasi dari ketiga value added tersebut disimbolkan dengan VAICTM. Pengukuran kinerja modal intelektual berdasarkan model yang dikembangkan oleh Pulic (1998, 1999, 2000, 2003). Pemilihan model VAICTM sebagai ukuran atas modal intelektual mengacu pada penelitian Firer dan Williams (2003), Tan et al. (2007), Ulum et al. (2008), Sianipar (2009), Yuniasih et al. (2010), dan Solikhah et al. (2010). Formulasi perhitungan VAICTM adalah sebagai berikut:

$$VA = OUT - IN$$

Output (OUT): Total penjualan dan pendapatan lain.

Input (IN): Beban dan biaya-biaya (selain beban karyawan).

Value Added (VA): Selisih antara Output dan Input

$$VACE = VA/CE$$

Value Added (VA): Selisih antara Output dan Input

Capital Employed (CE): Dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

Value Added Capital Employed (VACE) menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari CE terhadap value added organisasi.

$$\text{VAHC} = \text{VA}/\text{HC}$$

Value Added (VA): Selisih antara Output dan Input

Human Capital (HC): Beban karyawan

Value Added Human Capital (VAHC) menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam HC terhadap value added organisasi.

$$\text{VASC} = \text{SC}/\text{VA}$$

Structural Capital (SC): Selisih antara Value Added (VA) dengan Human Capital (HC).

Jadi Rumus Akhir Intelektual Capital yaitu sebagai berikut :

$$\text{VAIC} = \text{VACE} + \text{VAHC} + \text{VASC}$$

## 2.5 Growth Opportunity

*Growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai dalam Fika, 2016). Besaran ini mengukur sejauh mana laba per lembar saham suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh leverage. Perusahaan-perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat seringkali harus meningkatkan aktiva tetapnya. Perusahaan-perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi lebih banyak membutuhkan dana di masa depan dan juga lebih banyak menahan laba. Laba ditahan dari perusahaan-perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan meningkat dan perusahaan-perusahaan tersebut akan lebih banyak melakukan utang untuk mempertahankan rasio utang yang ditargetkan. Perusahaan-perusahaan yang memprediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang cenderung lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional

perusahaan. Sebaliknya, perusahaan memperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang rendah, mereka akan berupaya membagi risiko pertumbuhan rendah dengan para kreditur melalui penerbitan utang yang umumnya dalam bentuk utang jangka panjang. Namun *growth opportunity* yang pesat akan menimbulkan kesenjangan informasi yang tinggi antara manager dan investor tentang kualitas proyek investasi perusahaan. Perusahaan dengan *growth opportunity* tinggi cenderung membelanjai pengeluaran investasi dengan modal sendiri untuk menghindari masalah underinvestment yaitu tidak dilaksanakannya semua proyek investasi yang bernilai positif oleh manager perusahaan (Chen dalam Fika, 2016). Secara sistematis *Asset Growth* dapat dirumuskan menurut Masdar Mas'ud dalam Rita (2017).

$$\text{Growth Opportunity} : \frac{\text{Total Asset t+1} - \text{Total Asset tahun t}}{\text{Total Asset tahun t}}$$

## 2.6 Umur perusahaan

Umur perusahaan merupakan salah satu variabel penting dalam perjalanan suatu perusahaan. Umur perusahaan dapat mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut. Seberapa besar suatu perusahaan dapat digambarkan dalam kedewasaan perusahaan. Kedewasaan perusahaan akan membuat perusahaan yang bersangkutan memahami apa yang diinginkan oleh stakeholder dan shareholder nya. Perusahaan yang sudah lama berdiri tentunya akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat luas. Dengan demikian, tentunya perusahaan yang sudah lama berdiri akan selalu menjaga stabilitas dan citra perusahaan. Untuk menjaga stabilitas dan citra, perusahaan akan berusaha mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya. Pengukuran umur perusahaan dihitung sejak berdirinya perusahaan sampai dengan data observasi (annual report) dibuat (latifah et al, 2011). Dari annual report yang diterbitkan perusahaan akan mengungkapkan seberapa bagus kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas dan citra. Umur perusahaan

mencerminkan pengalaman dari perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan yang sudah berpengalaman akan melakukan perubahan - perubahan dalam menghasilkan informasi yang berkualitas.

Pengukuran umur perusahaan = dihitung sejak berdirinya perusahaan sampai dengan data observasi (annual report) dibuat.

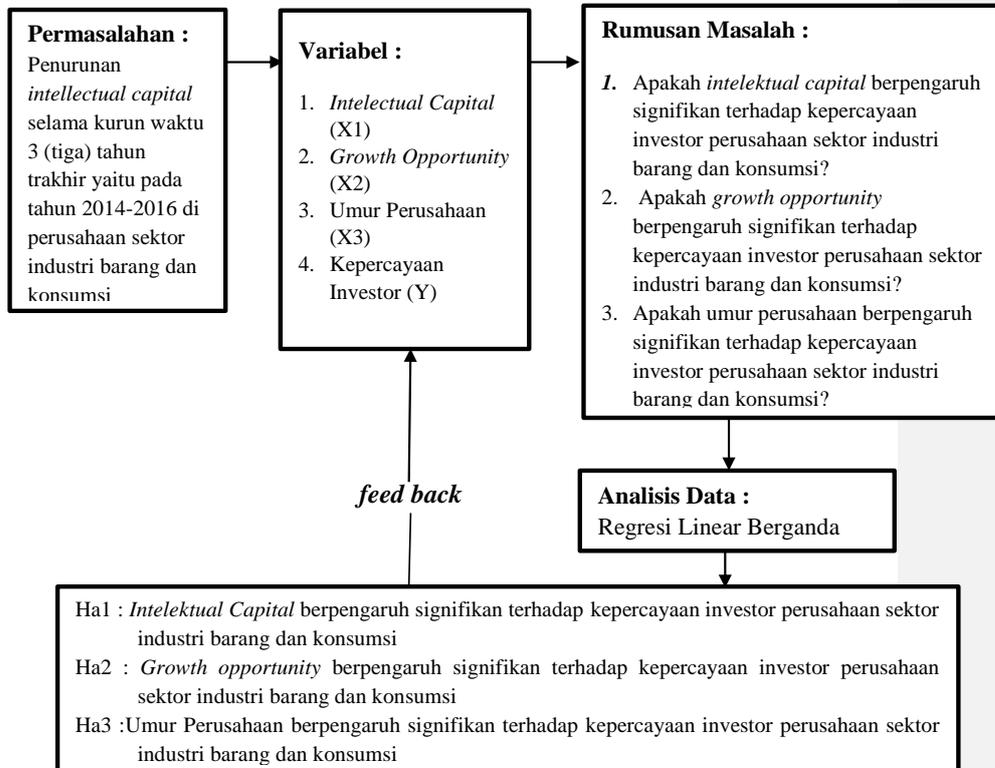
## 2.7 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Satria (2012)	Analisis Pengaruh Komponen Intellectual Capital Terhadap Kepercayaan Dan Reaksi Investor: Studi Kasus Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan Intellectual capital perusahaan yang masuk dalam kelompok LQ 45 tidak berpengaruh terhadap reaksi dan kepercayaan investor di Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa pengungkapan mengenai intellectual capital dan komponennya dalam laporan keuangan masih belum optimal.
2.	Tantri (2017)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Kepercayaan Investor Dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening	Hasil penelitian membuktikan bahwa ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap tingkat kepercayaan investor melalui corporate social responsibility disclosure. Kepemilikan institusional, kepemilikan asing, umur perusahaan, profitabilitas, dan leverage berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan investor melalui corporate social responsibility disclosure. Likuiditas dan solvency berpengaruh negatif terhadap tingkat kepercayaan investor melalui corporate social responsibility disclosure. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi.

3	Falichin, M. Z. (2016)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Reaksi dan Kepercayaan Investor dengan Environmental Performance Rating dan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi	Hasil penelitian membuktikan bahwa corporate social responsibility, <i>Environmental Performance Rating</i> dan <i>Corporate Governance</i> berpengaruh negatif terhadap tingkat kepercayaan investor. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi.
4	Utami dan Rahmawati (2017)	Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, dan Umur Perusahaan terhadap Kepercayaan investor pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan terhadap kepercayaan investor pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di bursa efek indonesia.
5	Rahayu (2016)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan investor pada perusahaan perbankan syariah	Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas, ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor, sedangkan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor

## 2.8 KERANGKA PIKIR



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**

## 2.9 Hipotesis Penelitian

### 2.9.1 Pengaruh *intelektual capital* terhadap kepercayaan investor

Kesejahteraan ternyata dapat diwujudkan dengan semakin tingginya *return* yang dihasilkan oleh organisasi. Para stakeholder berkepentingan untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki oleh organisasi. Maka Ketika manajer mampu mengelola organisasi secara maksimal, khususnya dalam upaya penciptaan nilai bagi perusahaan, maka itu artinya manajer telah memenuhi aspek etika dari teori stakeholder,

dan ketika para *stakeholder* berupaya untuk mengendalikan sumber daya organisasi, maka orientasinya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Novianti (2017) menyatakan bahwa pengungkapan *intellectual capital* mengurangi biaya transaksi dan ketidakpastian diantara pihak-pihak yang berhubungan. Selain itu, berdasarkan penelitian Healy dan hasil akhir yang dilaporkan oleh Healy dan Palepu (1993); Skinner, (1994); Walker, (1995); Botosan, (1997) bahwa *intellectual capital* yang makin tinggi akan memberikan informasi yang kredibel atau dapat dipercaya, dan akan mengurangi kesalahan evaluasi dalam harga saham perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Adinda (2018) yang menjelaskan *intelektual capital* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan investor.

Ha<sub>1</sub> : *Intelektual Capital* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor perusahaan sektor industri barang dan konsumsi tahun 2014-2018.

### 2.9.2 Pengaruh *growth opportunity* terhadap kepercayaan investor

*Growth Opportunity* pada dasarnya dijadikan cerminan dari produktivitas perusahaan serta tidak dijadikan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan (manajemen) maupun pihak eksternal (investor dan kreditor). *Assets growth* merupakan penggambaran atas kenaikan atau penurunan (pertumbuhan) aktiva setiap tahun. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan tinggi ternyata tidak cenderung akan menginvestasikan kembali kedalam perusahaan. *Growth opportunity* juga merupakan kesempatan perusahaan untuk berinvestasi pada kesempatan investasi yang menguntungkan, Adanya peluang investasi yang menguntungkan dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan yang akan diikuti oleh pertumbuhan laba operasional dimasa yang akan datang, dengan pertumbuhan laba operasi yang tinggi investor akan mendapat total pengembalian yang besar pula dari investasi yang dilakukan. Fika (2016) menjelaskan bahwa *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor. Karena semua

**Comment [a1]:** Kok tidak signifikan. Pada pengembangan hipotesis, ungkap penelitian yang berpengaruh signifikan saja dan uraikan seccara jelas bagaimana IC dapat mempengaruhi Kepercayaan Investor

investor dapat menangkap sinyal tentang adanya peningkatan aktiva tetap berupa *growth opportunity*.

Kesejahteraan ternyata dapat diwujudkan dengan semakin tingginya return yang dihasilkan oleh organisasi. Para stakeholder berkepentingan untuk mempengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki oleh organisasi. Maka Ketika manajer mampu mengelola organisasi secara maksimal, khususnya dalam upaya penciptaan nilai bagi perusahaan, maka itu artinya manajer telah memenuhi aspek etika dari teori stakeholder, dan ketika para stakeholder berupaya untuk mengendalikan sumber daya organisasi, maka orientasinya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Indah (2016) menjelaskan bahwa *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor.

Ha<sub>2</sub> : *Growth Opportunity* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor perusahaan sektor industri barang dan konsumsi tahun 2014-2018.

### **2.9.3 Pengaruh umur perusahaan terhadap kepercayaan investor**

Umur perusahaan merupakan salah satu variabel penting dalam perjalanan suatu perusahaan. Umur perusahaan dapat mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut. Seberapa besar suatu perusahaan dapat digambarkan dalam kedewasaan perusahaan. Kedewasaan perusahaan tidak membuat perusahaan yang bersangkutan memahami apa yang diinginkan oleh stakeholder dan shareholder nya. Perusahaan yang sudah lama berdiri tentunya akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat luas.

Umur sebuah perusahaan menggambarkan pengalaman dan kematangan perusahaan untuk terus bertahan dan tetap bersaing dalam suatu industri. Kusuma (2018) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan investor. Perusahaan yang semakin dewasa akan meningkatkan kepercayaan para pemegang saham. Hal tersebut didukung dengan penelitian Falichin (2011) yang menunjukkan bahwa

investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan selalu menjaga stabilitas dan citra perusahaan. Untuk menjaga stabilitas dan citra, perusahaan akan berusaha mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya. Pengukuran umur perusahaan dihitung sejak berdirinya perusahaan sampai dengan data observasi (*annual report*) dibuat (Latifah, 2017). Dari *annual report* yang diterbitkan perusahaan akan mengungkapkan seberapa bagus kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas dan citra. Anjani (2017) menjelaskan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor.

Ha<sub>3</sub> :Umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan investor perusahaan sektor industri barang dan konsumsi tahun 2014-2018.