

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Signalling (*Signalling Teori*)

Teori sinyal pertama kali dikembangkan oleh Ros (1977). Teori Sinyal ini menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau tanda bila perusahaan juga telah beroperasi dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan. Teori Sinyal ini juga menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi berupa informasi keuangan maupun non keuangan kepada pihak eksternal (Retno dan priantinah 2012). Dorongan tersebut dilakukan untuk dapat memberikan informasi , karena disebabkan adanya asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar. Hal ini disebabkan karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pihak luar.

Terjadinya Asimetri Informasi bila pihak manajemen tidak menyampaikan semua informasi yang diperoleh secara penuh kepada pemilik sehingga mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal-sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Rahayu, 2010). Hal ini sama bila dikaitkan dengan hubungan kinerja dengan pengungkapan sosial atau lingkungan, yaitu jika suatu perusahaan memiliki kinerja keuangan yang tinggi maka dapat memberikan sinyal positif bagi investor atau masyarakat melalui laporan keuangan atau laporan tahunan yang akan diungkapkan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dengan adanya sinyal yg positif dapat membuat nilai perusahaan tersebut menjadi naik , dan

dengan itu investor akan melihat prospek dari tata kelola perusahaan nya dan pengungkapan corporate social responsibility sebagai daya tarik investor akan perusahaan tersebut.

2.2 Teori Good Corporate Governance

Stewardship Theory 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, sehingga teori ini mempunyai dasar psikologi dan sosiologi yang telah dirancang dimana para eksekutif sebagai steward termotivasi untuk bertindak sesuai keinginan prinsipal, selain itu perilaku steward tidak akan meninggalkan organisasinya sebab steward berusaha mencapai sasaran organisasinya (Donaldson dan Davis, 1997). *Stewardship theory* dibangun di atas asumsi filosofis mengenai sifat manusia yakni bahwa manusia pada hakekatnya dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab memiliki, integritas, dan kejujuran terhadap pihak lain. Inilah yang tersirat dalam tuntutan yang dikehendaki para pemegang saham. Dengan kata lain, *stewardship theory* memandang manajemen sebagai dapat dipercaya untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik pada umumnya maupun shareholders pada khususnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dengan adanya teori *stewardship* dapat membuat terlaksana nya tata kelola perusahaan di perusahaan tersebut. Hal ini dapat membuat nilai perusahaan mengalami peningkatan karena manajemen bertanggung jawab akan para pemegang saham nya.

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang mewakili apa yang perusahaan tegakkan dan utamakan sebagai suatu bisnis untuk yang lebih baik atau buruk, dan nilai-nilai ini ditunjukkan setiap harinya. Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Rika Susanti, 2010 dalam Retno, 2012).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan sekarang ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham sehingga membuat minat investor menjadi tertarik dengan meningkatnya harga saham yang dapat membuat juga nilai perusahaan tinggi. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada professional, para professional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

2.3.1 Indikator Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan diproksikan menggunakan harga saham, semakin tinggi harga saham semakin tinggi juga nilai perusahaannya. Nilai perusahaan biasanya diukur dengan rasio price book value dan rasio Tobin's Q. dalam penelitian ini nilai perusahaan diproksikan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantinya. Menurut konsepnya, 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. Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya terfokus pada investor dalam bentuk saham saja (Sukamulja, 2004 dalam Permanasari, 2010).

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan rasio tobin's Q, karena rasio tobin'Q merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang

memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik (Herawaty, 2008 dalam Fauzi, Suransari dan Almasyah 2016). Rumus mencari Tobin'Q adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{MVE + D}{TA}$$

Keterangan :

MVE = Nilai Pasar Ekuitas (Closing Price saham akhir tahun x jumlah saham yang beredar akhir tahun)

Debt = Total Hutang

TA = Total Asset

2.4 Corporate Governance

Corporate governance muncul karena terjadi pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan, atau seringkali dikenal dengan istilah masalah keagenan. Permasalahan keagenan dalam hubungannya antara pemilik modal dengan manajer adalah bagaimana sulitnya pemilik dalam memastikan bahwa dana yang ditanamkan tidak diambil alih atau diinvestasikan pada proyek yang tidak menguntungkan sehingga tidak mendatangkan return. Corporate governance dapat mengurangi permasalahan keagenan antara pemilik modal dan manajer. Menurut FCGI dalam Retno dan Priantinih 2012, corporate governance adalah seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pemerintah, karyawan, kreditur, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka.

2.4.1 Prinsip-Prinsip Corporate Governance

Prinsip-prinsip Corporate Governance ada 5 prinsip dan sering disingkat dengan TARIF, yaitu :

1. **Transparansi (transparency)**

keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.

2. **Akuntabilitas (accountability)**

kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggung jawaban organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana efektif.

3. **Pertanggung Jawaban (responsibility)**

kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

4. **Kemandirian (independency)**

keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

5. **Kewajaran (fairness)**

keadilan dan kesetaraan didalam memenuhi hak-hak stakeholder yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.4.2 Transparansi

Transparansi adalah keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan. Informasi material dan relevan adalah informasi yang dapat mempengaruhi naik turunnya harga saham perusahaan tersebut, atau yang mempengaruhi secara signifikan risiko serta prospek usaha perusahaan yang bersangkutan. Prinsip Transparansi dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio Earning Per Share.

Earning per Share (EPS) adalah rasio antara laba bersih setelah pajak dengan jumlah lembar saham (Tjptono Darmadji dan Hendy M Fakhuddin, 2006). Menurut Kasmir (2012) Earning Per Share adalah kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan yang diperoleh kepada pemegang sahamnya, semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan Pendapatan kepada pemegang sahamnya, mencerminkan semakin besar keberhasilan usaha yang dilakukannya. Informasi EPS suatu perusahaan menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan bagi semua pemegang saham perusahaan. Apabila Earnings per Share (EPS) perusahaan tinggi, akan semakin banyak investor yang mau membeli saham tersebut sehingga menyebabkan harga saham akan tinggi (Fara Dharmastuti, 2004). Tetapi pada kenyataannya ada perusahaan yang EPSnya menurun harga sahamnya meningkat. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar tiap lembar saham dapat menghasilkan keuntungan untuk pemiliknya. Earning per share dirumuskan dengan perbandingan antara laba siap bagi dengan total lembar saham sebagaimana tercantum dalam laporan keuangan per Desember. EPS merupakan salah satu informasi akuntansi yang menunjukkan besarnya keuntungan bersih per lembar saham yang mampu dihasilkan perusahaan. “Nilai EPS akan dibandingkan dengan nilai yang didapat pada kuartal yang sama tahun lalu, dengan demikian akan menggambarkan keuntungan perusahaan. Hasil perbandingan dapat dipakai untuk memprediksi kenaikan/penurunan harga saham” (Karnadjaja, 2009:215). Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan dan penurunan harga saham dapat berdampak pada nilai perusahaan.

Rumus Earning Per Share :

$$Earning\ Per\ Share = \frac{Laba\ Bersih}{Jumlah\ Saham\ Beredar}$$

2.4.3 Accountability

Akuntabilitas adalah kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggung jawaban organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana efektif. Dalam hal ini, perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan. Prinsip Akuntabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan Proksi Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain (Tarjo, 2008). Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. *Monitoring* (pengawasan) tersebut tentunya akan menjamin kemakmuran untuk pemegang saham, pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer.

Institutional *shareholders*, dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan. Semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka semakin besar pula kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (wening 2009 dalam susanti dan mildawati 2014). Oleh karena itu, kinerja perusahaan akan semakin baik dan semakin

meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan institusional dalam proporsi yang besar juga mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Tarjo, 2008 dalam kusumaningtyas, 2015 mengatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rumus kepemilikan Institusional :

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{jumlah saham yang dimiliki institusional}}{\text{total saham beredar}} \times 100\%$$

2.4.4. Responsibility

Responsibility adalah kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip prinsip korporasi yang sehat. Peraturan yang berlaku dalam hal ini termasuk yang berkaitan dengan masalah pajak, hubungan industrial, perlindungan lingkungan hidup, kesehatan/keselamatan kerja, standar penggajian, dan persaingan yang sehat. Prinsip Responsibility dalam penelitian ini diukur menggunakan proksi corporate social responsibility.

Tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (susanti dan mildawati 2014) Tanggung Jawab sosial Perusahaan atau Corporate social Responsibility dapat diartikan pula sebagai suatu mekanisme bagi organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders.

Corporate Social Responsibility (CSR) juga merupakan salah satu informasi yang harus tercantum di dalam laporan tahunan perusahaan seperti yang diatur dalam UU RI No. 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mewajibkan perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya Peraturan Pemerintah tersebut atau para pelaku bisnis sudah mulai sadar akan pentingnya mempraktikkan corporate social responsibility tersebut telah menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip HAM.

Konsep Pelaporan CSR digagas dalam Global Reporting Initiative (GRI). GRI merupakan sebuah jaringan berbasis Organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia. Standar GRI dipilih karena telah memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, lingkungan hidup dan sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktik masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan sustainability reporting. Total Indikator- Indikator mencapai 78 Indikator. Rumus perhitungan CSR menggunakan variabel dummy , yang apabila perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan nya maka diberi nilai 1 , dan diberi nilai 0 bila tidak mengungkapkan.

Indikator-Indikator Pengungkapan CSR :

1. Indikator Kinerja Ekonomi, Meliputi aspek Kinerja ekonomi, Keberadaan Pasar dan dampak ekonomi tidak langsung.
2. Indikator Kinerja Lingkungan Hidup, meliputi aspek material, energy, air, keanekaragaman hayati, emisi, effluent, limbah, produk

dan jasa, aspek kesesuaian, transportasi, dan aspek secara keseluruhan.

3. Indikator kinerja praktek ketenagakerjaan, dan lingkungan kerja, meliputi aspek ketenagakerjaan, hubungan tenaga kerja/ manajemen, keselamatan dan kesehatan kerja, pendidikan dan pelatihan , serta aspek keanekaragaman dan kesempatan yang sama.
4. Indikator kinerja hak asasi Manusia, meliputi aspek aspek praktek investasi dan Pengadaan, aspek non-diskriminasi, kebebasan berserikat dan daya tawar kelompok, tenaga kerja anak, pegawai tetap dan kontrak, praktik keselamatan serta hak masyarakat (adat).
5. Indikator Kinerja masyarakat, meliputi aspek kemasyarakatan, kebijakan mengenai korupsi, kebijakan umum/public, perilaku anti persaingan dan aspek kesesuaian.
6. Indikator Kinerja Tanggung jawab Produk, yang meliputi aspek keselamatan dan kesehatan konsumen, labeling, produk, dan jasa, komunikasi pemasaran, privasi konsumen dan aspek kesesuaian.

Rumus corporate social responsibility indeks :

$$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{N_j} \times 100\%$$

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j < 78$

$\sum X_{ij}$: Dummy variable 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan. Dengan demikian $0 \leq CSRI_j \leq 1$.

2.4.5. Independen

Independen adalah keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

Prinsip Independen diukur menggunakan proksi Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris merupakan salah satu fungsi kontrol yang terdapat dalam suatu perusahaan. Fungsi kontrol yang dilakukan oleh Dewan komisaris merupakan salah satu bentuk praktis dari teori agensi. Di dalam suatu perusahaan, Dewan komisaris mewakili mekanisme internal utama untuk melaksanakan fungsi pengawasan dari principal dan mengontrol perilaku oportunistik manajemen. Dewan komisaris menjabatani kepentingan principal dan manajer di dalam perusahaan.

Dewan komisaris terdiri dari komisaris independen dan komisaris nonindependen. Dalam penelitian ini menggunakan komisaris independen. Komisaris Independen merupakan anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan bukan merupakan pegawai serta tidak memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, dan kepemilikan saham. Komisaris independen memiliki tugas untuk membantu merencanakan strategi jangka panjang perusahaan, serta secara berkala melakukan review atas implementasi tersebut. Dalam praktik corporate governance mengharuskan adanya komisaris independen dalam perusahaan yang diharapkan mampu mendorong dan menciptakan iklim yang lebih independen, objektif, serta dapat menempatkan kesetaraan sebagai prinsip utama dalam memperhatikan kepentingan para pemegang saham minoritas dan stakeholder lainnya. Selain itu, komisaris independen juga dapat berguna dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi antara para pemegang saham dengan dewan komisaris (Lestari, 2013). Semakin banyak anggota dewan komisaris independen maka tingkat integritas pengawasan terhadap dewan direksi yang dihasilkan semakin tinggi, dengan begitu maka akan semakin mewakili kepentingan stakeholders lainnya selain

daripada kepentingan pemegang saham mayoritas dan dampaknya akan semakin baik terhadap nilai perusahaan (Asyik dan Suhartanti ,2015).

Rumus Dewan Komisaris Independen :

$$Komisaris\ Independen = \frac{jumlah\ Komisaris\ Independen}{jumlah\ seluruh\ anggota\ dewan\ komisaris} \times 100\%$$

2.5 Manfaat Corporate Governance

1. Mengurangi agency cost, yaitu suatu biaya yang harus ditanggung pemegang saham sebagai akibat pendelegasian wewenang kepada pihak manajemen.
2. Mengurangi Cost Capital (modal), yaitu sebagai dampak dari pengelolaan perusahaan yang baik.
3. Meningkatkan nilai saham perusahaan sekaligus dapat meningkatkan citra perusahaan tersebut kepada publik luas jangka panjang.
4. Menjaga sustainability perusahaan
5. Meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan pasar
6. Meningkatkan kinerja, efisiensi dan pelayanan kepada stakeholders
7. Melindungi organ dari intervensi politik dan tuntutan hukum, dan
8. Membantu terwujudnya good corporate citizen

2.6 Perumusan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh Earning Per Share Terhadap Nilai Perusahaan

Earning per Share (EPS) adalah rasio antara laba bersih setelah pajak dengan jumlah lembar saham (Tjptono Darmadji dan Hendy M Fakhuddin, 2006). Informasi EPS suatu perusahaan menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan bagi semua pemegang saham perusahaan. Apabila Earnings per Share (EPS) perusahaan tinggi, akan semakin banyak investor yang mau membeli saham tersebut sehingga menyebabkan harga saham akan tinggi (Fara

Dharmastuti, 2004). Tetapi pada kenyataannya ada perusahaan yang EPSnya menurun harga sahamnya meningkat .

H1 : Earning Per Share berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.6.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan Institusional Merupakan Jumlah saham suatu perusahaan yang dimiliki atau dibeli oleh institusi (lembaga) lain di luar Perusahaan (Tarjo, 2008 dalam Prastuti dan Budiasih (2015). Adanya Kepemilikan oleh investor institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen, karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap kinerja manajemen. Dengan meningkatnya Kepemilikan institusional, diharapkan dapat memberikan tekanan agar perusahaan dapat terus melaksanakan praktek tata kelola perusahaan sesuai yang diharapkan investor institusional. Oleh Karena itu kinerja perusahaan akan semakin baik dan semakin meningkatkan nilai perusahaan (Putri dan Suprpto, 2016). Hal ini didukung oleh penelitian wening ,2009 dalam kusumaningtyas 2015 semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka semakin besar pula kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan.

H2 : Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.6.3 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki

citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profabilitas perusahaan juga meningkat (Septianingrum, 2015). Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Mildawati dan Susanti 2014).

H3 : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.6.4 Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan

Dewan Komisaris Independen merupakan proporsi anggota dewan komisaris independen. Jumlah dewan komisaris independen yang semakin banyak menandakan bahwa dewan komisaris yang melakukan fungsi pengawasan dan koordinasi dalam perusahaan semakin baik. Dewan Komisaris adalah inti dari CG yang bertugas untuk menjamin strategi perusahaan, melakukan pengawasan terhadap manajer, serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas dalam perusahaan (Purwaningtyas, 2011). Menurut Rustriani, 2010 dalam Putri dan Suprpto 2016 menunjukkan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H4 : Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.6.5 Earning Per Share, Kepemilikan Institusional, CSR, dan Dewan Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan

Dari Beberapa Penelitian dapat disimpulkan bahwa Earning Per Share, Kepemilikan Institusional, CSR dan dewan Komisaris Independen dipengaruhi oleh Nilai Perusahaan.

H5 : Earning Per Share, Kepemilikan Institusional, CSR dan Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

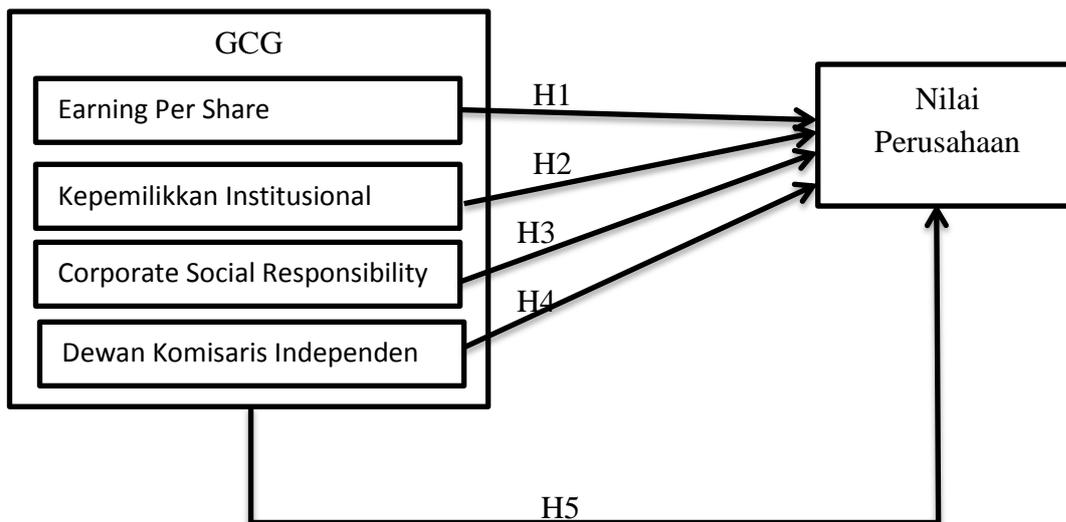
No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Putri dan Suprpto (2016)	Pengaruh tanggung jawab sosial dan mekanisme tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan	Nilai Perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, mekanisme tata kelola perusahaan (kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris, dewan direksi dan komite audit.	Tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan mekanisme tata kelola perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris, dewan direksi dan komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2	Septianigrum (2014)	Pengaruh penerapan corporate governance dan pengungkapan corporate	Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris,	Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, kepemilikan institusional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dewan komisaris tidak berpengaruh secara

		social responsibility terhadap nilai perusahaan	dewan direksi, corporate social responsibility dan nilai perusahaan	signifikan terhadap nilai perusahaan, dewan direksi berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan corporate social responsibility tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Wardoyo dan veronica (2013)	Pengaruh good corporate governance, corporate social responsibility dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan	Dewan komisaris, dewan komisaris independen, dewan direksi, komite audit, corporate social responsibility, kinerja keuangan (Roa dan Roe) dan nilai perusahaan	Dewan direksi, Roa dan Roe berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit dan corporate social responsibility tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan
4	Prastuti dan Budiasih (2015)	Pengaruh Good Corporate Governance pada nilai perusahaan dengan moderasi corporate social responsibility	Good corporate Governance (kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi dewan komisaris dan komite audit), nilai perusahaan, corporate social responsibility	Kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan proporsi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan corporate social responsibility tidak mampu memoderasi pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan.
5	Susanti dan	Pengaruh	Kepemilikk	Kepemilikkan Manajemen

	Mildawati (2014)	Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan	an manajemen, Kepemilikan Institusional, corporate social responsibility, dan nilai Perusahaan	berpengaruh Positif, diterima terhadap Nilai Perusahaan, Kepemilikan Institusional berpengaruh positif, ditolak terhadap Nilai Perusahaan dan Pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh positif, diterima terhadap nilai perusahaan.
6	Suhartati, Warsini dan Sixpria (2011)	Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Tanggung Jawab Sosial, Tata Kelola Perusahaan (Dewan Komisaris, Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit), dan nilai perusahaan	Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh tidak signifikan positif terhadap nilai Perusahaan, dewan komisaris berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, dewan komisaris independen berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, komite audit tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan
7	Fauzi, Suransi, dan Alamsyah (2016)	Pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi	GCG, CSR, ROA, Nilai Perusahaan	Hasil Penelitian secara simultan GCG, CSR dan Roa berpengaruh terhadap nilai perusahaan, secara parsial csr berpengaruh terhadap nilai perusahaan, GCG berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, dan ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan maka sebagai dasar perumusan dari hipotesis berikut disajikan dengan kerangka pemikiran yang dituangkan dalam model penelitian gambar berikut :



2.9 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian berdasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta empiris (Sugiyono,2015). Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru di dasarkan pada teori yang didapat belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jadi jawaban empirik (Sugiyono, 2015). Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka teori , maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Diduga bahwa Earning Per Share berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan.
2. Diduga bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan.
3. Diduga bahwa corporate social responsibility berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan.

4. Diduga Dewan Komisaris Independen berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan.
5. Diduga Earning Per Share, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan.