

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. TEORI AGENSI

Persektif teori agensi merupakan dasar yang digunakan untuk memahami isu *good corporate governance*. Teori agensi mengakibatkan hubungan yang asimetri antara pemilik dan pengelola, untuk menghindari terjadinya hubungan asimetri tersebut dibutuhkan suatu konsep yaitu *good corporate governance* yang bertujuan untuk menjadikan perusahaan menjadi sehat. Penerapan *corporate governance* berdasarkan teori agensi yaitu teori agensi dapat dijelaskan dengan hubungan antara manajemen dengan pemilik, manajemen sebagai agen secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (principal) dan sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi yang sesuai dengan kontrak. Hubungan agensi terjadi ketika salah satu pihak (principal) menyewa pihak lain (agen) untuk melaksanakan suatu jasa dan mendelegasikan wewenang untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. Di dalam perusahaan, CEO merupakan agen dan pemegang saham merupakan principal. Salah satu elemen dari teori agensi adalah bahwa principal dan agen memiliki preferensi atau tujuan berbeda. 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*).

Terdapat dua kepentingan yang berbeda didalam perusahaan dimana masing-masing pihak berusaha untuk mencapai kemakmuran yang dikehendaki, sehingga muncullah informasi asimetri antara manajemen dengan pemilik yang memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba. Teori keagenan muncul ketika terjadi sebuah kontrak antara manajer (*agent*) dengan pemilik (*principal*). Dibandingkan dengan pemilik, manajer lebih mmengertiakan keadaan perusahaan yang terjadi saat ini. Manajer berkewajiban untuk memberikan

informasi kepada pemilik perusahaan mengenai keadaan perusahaan yang terjadi pada saat ini. Akan tetapi informasi yang disampaikan terkadang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya diperusahaan.

Menurut Victory dan Charoline dalam Azhar, (2017) prinsip utama teori agensi ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (*agen*) yaitu manajer entitas bisnis. Prinsipal sebagai pemilik atau pemegang saham merupakan pihak yang memberikan mandat kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen sebagai pengelola perusahaan atau manajemen merupakan pihak yang diberi amanat oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan. Aplikasi teori keagenan dapat terwujud dalam kontrak kerja yang akan mengatur proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kebermanfaatannya secara keseluruhan. Hal ini juga terjadi di perusahaan dimana manajemen berperan sebagai agen dan shareholder berperan sebagai prinsipal. Pemegang saham disebut evaluator informasi dan agen-agensya disebut pengambil keputusan. Evaluator informasi diasumsikan bertanggung jawab memilih sistem informasi. Pilihan mereka harus dibuat sedemikian rupa sehingga para pengambil keputusan membuat keputusan terbaik demi kepentingan pemilik.

Menurut Einserhard teori keagenan dilandasi oleh tiga buah asumsi, yaitu:

1. Asumsi tentang sifat manusia. Menekankan bahwa manusia memiliki sifat untuk mementingkan diri sendiri (*self interest*), memiliki keterbatasan rasionalitas (*bounded rationality*), dan tidak menyukai risiko (*risk aversion*).
2. Asumsi tentang keorganisasian. Asumsi keorganisasian adalah adanya konflik antara anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria produktivitas, dan adanya asimetri informasi antara prinsipal dan agen.
3. Asumsi tentang informasi. Asumsi tentang informasi adalah bahwa informasi

dipandang sebagai barang komoditi yang bisa diperjualbelikan. Prinsipal sebagai pemilik modal mempunyai hak akses pada informasi internal perusahaan, sedangkan agen yang menjalankan operasional perusahaan mempunyai informasi tentang operasi dan kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Dalam konsep teori agensi, manajemen sebagai agen seharusnya bertindak sesuai dengan keinginan prinsipal. Pertentangan terjadi apabila agen tidak menjalankan perintah prinsipal untuk kepentingannya sendiri. Dalam penelitian ini, pemerintah sebagai prinsipal sedangkan perusahaan sebagai agen. Pemerintah yang bertindak sebagai prinsipal memerintahkan kepada perusahaan untuk membayar pajak sesuai dengan undang-undang pajak. Hal yang terjadi adalah perusahaan sebagai agen lebih mengutamakan kepentingannya dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban, termasuk beban pajak dengan melakukan penghindaran pajak. Manajer perusahaan yang berkuasa dalam perusahaan untuk pengambilan keputusan sebagai agen memiliki kepentingan untuk memaksimalkan labanya dengan kebijakan-kebijakan yang dikeluarkannya.

Pemilik (*principal*) maupun manajer (*agen*) diasumsikan mementingkan diri sendiri yaitu, untuk memaksimalkan utilitas subjektif mereka, tetapi juga menyadari kepentingan umum. Efeknya, perusahaan dipandang sebagai sebuah tim yang terdiri dari individu-individu yang anggotanya bertindak demi kepentingan sendiri. Agen berusaha memaksimalkan *fee* kontraktual yang diterimanya tergantung pada tingkat upaya yang diperlukan. Prinsipal berusaha untuk memaksimalkan return dari penggunaan sumber dayanya tergantung pada *fee* yang dibayarkan kepada agen. Masalah keagenan (*agency problem*) muncul ketika prinsipal kesulitan untuk memastikan bahwa agen bertindak untuk memaksimalkan kesejahteraan prinsipal (Prasiwi, 2015). Manajemen bersikap tidak membedakan terhadap risiko, sedangkan pemilik menghindari risiko, tetapi manajemen dan bukan pemilik yang menanggung risiko dengan bayaran tertentu. Konflik kepentingan

semakin meningkat terutama karena prinsipan tidak dapat memonitor aktivitas manajemen sehari-hari secara terus-menerus untuk memastikan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan keinginan prinsipan. Konflik keagenan yang terjadi antara agen dan prinsipan dapat diminimalkan dengan berbagai macam cara, salah satunya dengan pengungkapan *corporate governance*.

2.2 TEORI LEGITIMASI

Teori Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (dalam N Siregar, 2013). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan, dengan kata lain bahwa legitimasi merupakan tingkat seberapa jauh masyarakat percaya dan mau menerima keberadaan perusahaan dilingkungan wilayah mereka. O' Donovan (2000) dalam N Siregar (2013) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat, Gray et al. (1996) dalam N Siregar (2013). Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat.

Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan

kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Apabila perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat maka tidak memungkinkan bahwasannya masyarakat akan menerima keberadaan perusahaan tersebut.

2.3 *RESOURCE BASED THEORY (RBT)*

Menurut pandangan *resource based theory* perusahaan akan unggul dalam persaingan usaha dan mendapat kinerja keuangan yang baik dengan cara memiliki, menguasai dan memanfaatkan aset- aset strategis yang penting (aset berwujud dan tidak berwujud). Belkaoui (2003) dalam Adhitam (2017) menyatakan strategi yang potensial untuk meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan menyatukan aset berwujud dan tidak berwujud. *Resource based theory* adalah suatu pemikiran yang berkembang dalam teori manajemen stratejik dan keunggulan kompetitif perusahaan yang meyakini bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila memiliki sumber daya yang unggul (Solikhah, 2010). Teori ini berasumsi bahwa perusahaan dapat berhasil bila perusahaan mampu mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif melalui implementasi yang bersifat stratejik dalam proses penciptaan nilai yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain dan tidak ada penggantinya (Barney, 1991). Berdasarkan pendekatan *Resource Based Theory* dapat disimpulkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.4. NILAI PERUSAHAAN

2.4.1. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisi sebagai nilai pasar perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberi kemakmuran pemegang saham apabila harga

saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan tercermin dari harga yang dibayar investor atas sahamnya di pasar. Nilai perusahaan dalam beberapa literatur disebut dengan beberapa istilah diantaranya, *price-to-book value* yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham dan *market-to-book ratio* yaitu rasio saat ini harga saham dengan nilai buku per saham (Hermuningsih, 2011). Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan *price to book value*. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan (Hermuningsih, 2011). Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *price to book value* (PBV). PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, menunjukkan bahwa pasar semakin percaya akan prospek perusahaan tersebut. Pengertian lain dari *price to book value* adalah rasio yang digunakan untuk membandingkan antara nilai pasar dari suatu saham dengan nilai bukunya, (investopedia dalam Latief, 2018). Rasio untuk menilai harga wajar suatu saham terbaru atas nilai buku dari laporan keuangan perusahaan yang terbaru pula. Ada tiga tahap untuk mengetahui tentang PBV antara lain:

1. Ketahui terlebih dahulu berapa *book value* atau *present value* perusahaan
2. Cek harga saham terbaru di bursa efek indonesia
3. Mencari nilai PBV itu sendiri, tentunya dengan rumus dan berdasarkan tahap pertama dan kedua

Maksud dari menghitung nilai buku perusahaan atau PBV ini adalah untuk mengetahui seberapa mahal atau murah harga saham dari suatu perusahaan. Untuk itu cara mencari PBV ialah dengan membagi nilai ekuitas dibagi jumlah lembar saham beredar. Nilai perusahaan perbankan dapat diwujudkan dengan budaya

perusahaan (*corporate values*) yang tentu berbeda dari perusahaan perbankan lainnya. Nilai perusahaan perbankan pada umumnya yaitu mendukung program pembangunan untuk perekonomian masyarakat Indonesia dengan memberikan layanan perbankan terbaik yang selalu berorientasi pada tingkat kepuasan masyarakat atau nasabah, dan meningkatkan nilai ekonomis bagi seluruh pemangku kepentingan.

2.5. INTELLECTUAL CAPITAL

2.5.1. Pengertian *Intellectual Capital*

Banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli dan peneliti mengenai *intellectual capital*. Salah satunya menurut Sangkala (2006) dalam Adhitam (2017) berpendapat bahwa *intellectual capital* merupakan kombinasi manusia, sumber daya perusahaan dan relasi dari suatu perusahaan yang menunjukkan bahwa nilai diciptakan melalui hubungan antar tiga kategori, yaitu modal manusia, struktural dan relasi perusahaan. Jefri (2002) dalam Hadiwijaya (2013) membahas bahwa *intellectual capital* adalah perangkat yang diperlukan untuk menemukan peluang dan mengelola ancaman dalam kehidupan. Banyak pakar yang mengatakan bahwa *intellectual capital* 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 karena mereka secara mengembangkan sumber daya atau kompetensi manusianya.

Firer dan Williams, (2003) dalam Simanungkalit, (2015) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai kekayaan perusahaan yang merupakan kekuatan di balik penciptaan nilai perusahaan. Bontis, (1998) dalam Simanungkalit, (2015) menyatakan bahwa secara umum, para peneliti mengidentifikasi tiga konstruk

utama dari intellectual capital yaitu:

a) *Human Capital* (Modal Manusia/HC)

Johanson, (2005) mengartikan human capital sebagai bagian dari *intellectual capital* atau sumber daya perusahaan yang *intangible asset*. Pada industri berbasis pengetahuan, human capital atau sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam produksi perusahaan karena sumber daya ini merupakan sumber kekayaan bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis. Sumber daya tersebut berupa inovasi, pengetahuan, kemampuan, ketrampilan, serta kompetensi yang dimiliki oleh karyawan. Human capital akan meningkatkan jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan atau kompetensi yang dimiliki oleh karyawannya (Melani dan Suwarni, 2010). Kompetensi dapat berupa pendidikan dan pelatihan yang dimiliki oleh karyawan sangat penting untuk perusahaan karena dapat menjadi sumber inovasi, pembaharuan strategis bagi perusahaan, dan menunjukkan kemampuan individu dalam bertindak di berbagai situasi (Akpinar dan Akdemir, 2000).

b) *Customer Capital* (*Relational Capital/CC*)

Elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Customer capital* merupakan hubungan yang harmonis atau *association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitra bisnis, baik yang berasal dari lingkungan internal perusahaan maupun dari lingkungan eksternal perusahaan seperti pemasok, pelanggan yang merasa puas, hubungan perusahaan dengan pemerintah, maupun masyarakat sekitar yang dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

c) *Structural Capital* (*Organizational Capital/SC*)

Structural capital merupakan pengetahuan dalam organisasi yang independen dari orang-orang atau dengan kata lain dapat diartikan sebagai pengetahuan yang tetap

ada dalam organisasi meskipun karyawan meninggalkan organisasi tersebut (Rismawati dan Sanjaya, 2013). *Structural capital* adalah sumber daya perusahaan yang dimiliki perusahaan meliputi sistem informasi, teknologi, pengetahuan tentang distribusi pasar, hubungan dengan konsumen, *innovative capital*, *relational capital*, infrastruktur organisasi, dan lain-lain.

Dengan demikian, elemen dari *intellectual capital* dapat dibedakan dalam tiga kategori yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan karyawan (*human capital*); pengetahuan yang berhubungan dengan mitra perusahaan (*customer capital*) dan pengetahuan yang berhubungan hanya dengan perusahaan (*structural capital*). Ketiga kategori tersebut membentuk suatu *Intellectual Capital* bagi perusahaan. Sehingga *intelektual capital* dapat didefinisikan sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, hubungan perusahaan dengan pihak luar, dan teknologi yang digunakan perusahaan dalam proses penciptaan nilai bagi perusahaan.

2.5.2. Metode Pengukuran *Intellectual Capital*

Metode pengukuran *intellectual capital* dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu: pengukuran *non-monetary* dan pengukuran *monetary*. Berikut adalah daftar ukuran *intellectual capital* yang berbasis *non-monetary* dan *moneter* (Tan et. al., 2007).

Non-Monetary:

- a. *The Balance Scorecard*, dikembangkan oleh Kaplan dan Norton (1992);
- b. *Brooking' s Technology Broker method* (1996);
- c. *The Skandia IC Report method* oleh Edvinsson dan Malone (1997);
- d. *The IC-index* dikembangkan oleh Roos et. al., (1997);

- e. *Intangible Assets Monitor approach* oleh Sveiby (1997);
- f. *The Heuristic Frame* dikembangkan oleh Joia (2000);
- g. *Vital Sign Scorecard* dikembangkan oleh Vanderkaay (2000); dan
- h. *The Ernst & Young Model* (Barsky dan Marchant, 2000)

Monetary:

- a. *The EVA dan MVA model* (Bontis et. al., 1999);
- b. *The market- to- book Value model* (beberapa penulis);
- c. *Tobin' s Q method* (Luthy, 1998);
- d. *Pulic' s VAICTM model* (1998,2000);
- e. *Calculated intangible value* (Dzinkowski, 2000); dan
- f. *The knowledge Capital Earnings model* (Lev and Feng, 2001).

Dari sekian banyaknya teknik metode pengukuran *intellectual capital* harus dipilih satu metode pengukuran. Sveiby (2001) dalam Hadiwijaya, (2013) melihat bahwa “ *No single method can fulfill all purposes; one must select method depending on purpose, situation and audience*” . Teknik pengukuran *intellectual capital* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengukuran model Pulic. Menurut Saleh dan Rahman (2008) “ *VAIC™ methodology to measure IC performance because it measures the efficiency of a company in the value creation activities*” . *Intellectual capital* dalam model Pulic ini diukur berdasarkan value added yang diciptakan oleh *physical capital/capital employed* (VACA), *human capital* (VAHU), dan *structural capital* (STVA). Kombinasi dari ketiga *value added* tersebut disimbolkan dengan nama VAIC™ yang dikembangkan oleh Pulic (1998; 1999; 2000).

2.6. GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG)

2.6.1. Pengertian *Good Corporate Governance* (GCG)

Corporate governance adalah struktur dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholders lainnya. Good corporate governance menggambarkan proses, kebiasaan, kebijakan, hukum, dan mengarahkan organisasi dan perusahaan dalam bertindak, mengelola dan mengendalikan operasi perusahaan. Di Indonesia istilah good corporate governance lebih dikenal dengan system Tata Kelola Perusahaan yang memiliki tujuan yaitu:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan dengan cara meningkatkan penerapan prinsip-prinsip transparansi, kemandirian, akuntabilitas, pertanggungjawaban, dan pelaksanaan kegiatan perusahaan.
2. Terlaksananya pengelolaan perusahaan secara professional dan mandiri`
3. Terciptanya pengambilan keputusan oleh seluruh organ perusahaan yang didasarkan pada nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Terlaksananya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap stakeholders.
5. Meningkatkan iklim investasi nasional yang kondusif.

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) menyatakan bahwa *corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, dan karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan.

2.6.2. Prinsip Good Corporate Governance

Prinsip-prinsip *good corporate governance* menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG, 2016):

1. *Fairness* (kewajaran dan kesetaraan)

Dalam prinsip ini perusahaan dituntut untuk memberikan perlakuan dan jaminan hak-hak yang sama kepada pemegang saham, baik mayoritas maupun minoritas, termasuk juga pemegang saham asing dan investor lainnya. Prinsip ini diharapkan untuk membuat perlindungan seluruh aset perusahaan dikelola dengan baik dan aman dari kemungkinan terjadinya praktek korporasi yang merugikan seperti *fraud*, *insider trading* dan lainnya. Penegakan prinsip *fairness* mensyaratkan adanya peraturan perundang-undangan yang jelas, tegas, konsisten, dan dapat ditegakkan secara baik dan efektif.

2. *Tranparancy* (transparansi)

Prinsip ini berhubungan dengan kualitas dan keterbukaan mengenai informasi yang disajikan oleh perusahaan. Karena kepercayaan dan keyakinan *stakeholder* tergantung pada penyajian informasi tersebut. Prinsip ini mewajibkan adanya informasi yang terbuka, tepat waktu, jelas, relevan, dan akurat yang dapat diperbandingkan yang menyangkut kondisi keuangan, pengelolaan perusahaan, pengambilan keputusan, dan kepemilikan perusahaan. Dengan adanya transparansi dalam informasi kondisi perusahaan, benturan kepentingan dapat dihindari.

3. *Accountability* (akuntabilitas)

Kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana dengan efektif. Prinsip akuntabilitas menjelaskan peran dan tanggungjawab kinerja perusahaan, serta mendukung usaha

untuk menjamin penyeimbangan kepentingan agen (manajemen) dan prinsipal (pemegang saham), sehingga *agency problem* dapat diminimalisasi. Prinsip ini berusaha untuk mengatur kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggung jawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan terlaksana secara efektif.

4. *Responsibility* (pertanggungjawaban)

Prinsip *responsibility* dapat diartikan prinsip pertanggungjawaban perusahaan sebagai anggota masyarakat untuk memenuhi peraturan dan hukum yang berlaku serta pemenuhan kebutuhan-kebutuhan sosial. Dengan penerapan prinsip ini diharapkan membuat perusahaan menyadari bahwa kegiatan operasionalnya sering kali menghasilkan dampak negatif yang harus ditanggung masyarakat. Kesesuaian didalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip korporasi yang sehat.

5. *Independency* (kemandirian)

Keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Dalam prinsip ini diharapkan agar pengelola perusahaan dapat bertindak secara mandiri, tidak didominasi oleh pihak manapun dan tidak dipengaruhi oleh kepentingan tertentu, pada prinsip ini diharapkan organ perusahaan dapat menjalankan tugas dan kewajibannya sesuai dengan peran dan fungsi yang dimilikinya tanpa ada tekanan-tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan sistem operasional perusahaan yang berlaku. Sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara objektif.

2.6.3. Mekanisme Good Corporate Governance

Mekanisme *good corporate governance* mengacu pada sekumpulan mekanisme yang mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh manajer ketika terjadi

pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian di sebuah perusahaan. Ada beberapa mekanisme *good corporate governance* yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu kepemilikan institusional, dewan komisaris, dan kepemilikan manajerial.

1. Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dewan komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa pelaksanaan kegiatan perusahaan dan tata keklola perusahaan berjalan dengan baik. Dewan komisaris mewakili mekanisme internal utama untuk mengontrol perilaku oportunistik manajemen sehingga dapat membantu menyelesaikan kepentingan pemegang saham dan manajer. Ukuran dewan komisaris dihitung dengan menggunakan total jumlah anggota dewan komisaris di perusahaan.

2. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentasi jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen. Kepemilikan manajerial sebagai suatu instrument atau alat yang digunakan untuk mengurangi konflik yang terjadi di perusahaan. Meningkatkan kepemilikan manajerial digunakan sebagai salah satu cara untuk mengatasi masalah yang ada diperusahaan. Dengan meningkatkan kepemilikan manajerial maka manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya sehingga dalam hal ini akan berdampak baik kepada perusahaan serta memenuhi keinginan para pemegang saham.

Kepemilikan manajerial merupakan dengan kepemilikan saham direksi, saham manajer saham komisaris dibagi total seluruh saham yang beredar. Kepemilikan

manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajemen perusahaannya yang diukur dengan presentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen.

3. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pemerintah institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwalian, dan institusi lainnya pada akhir tahun. Adanya kepemilikan institusional di suatu perusahaan akan mendorong peningkatan pengawasan agar lebih optimal terhadap kinerja manajemen karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung kinerja manajemen. Kepemilikan institusional diukur melalui proporsi kepemilikan saham yang dimiliki pihak institusional pada akhir tahun yang diukur dalam presentase saham yang dimiliki oleh institusional dibagi dengan jumlah saham yang beredar dan dapat dirumuskan sebagai berikut:

2.7. Faktor Penilaian *Good Corporate Governance* (GCG)

Ada beberapa faktor penilaian GCG dalam perbankan antara lain yaitu:

1. Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dewan komisaris
2. Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab direksi
3. Kelengkapan dan pelaksanaan tugas komite
4. Penanganan benturan kepentingan
5. Penerapan fungsi kepatuhan bank
6. Penerapan fungsi audit intern
7. Penerapan fungsi audit ektern
8. Penerapan manajemen resiko termasuk sistem pengendalian intern

9. Penyediaan dana kepada pihak terkait dan penyediaan dna besar
10. Transparansi kondisi keuangan dan non keuangan bank, laporan pelaksanaan *good corporate governance* serta pelaporan internal
11. Rencana strategis bank.

2.8. PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

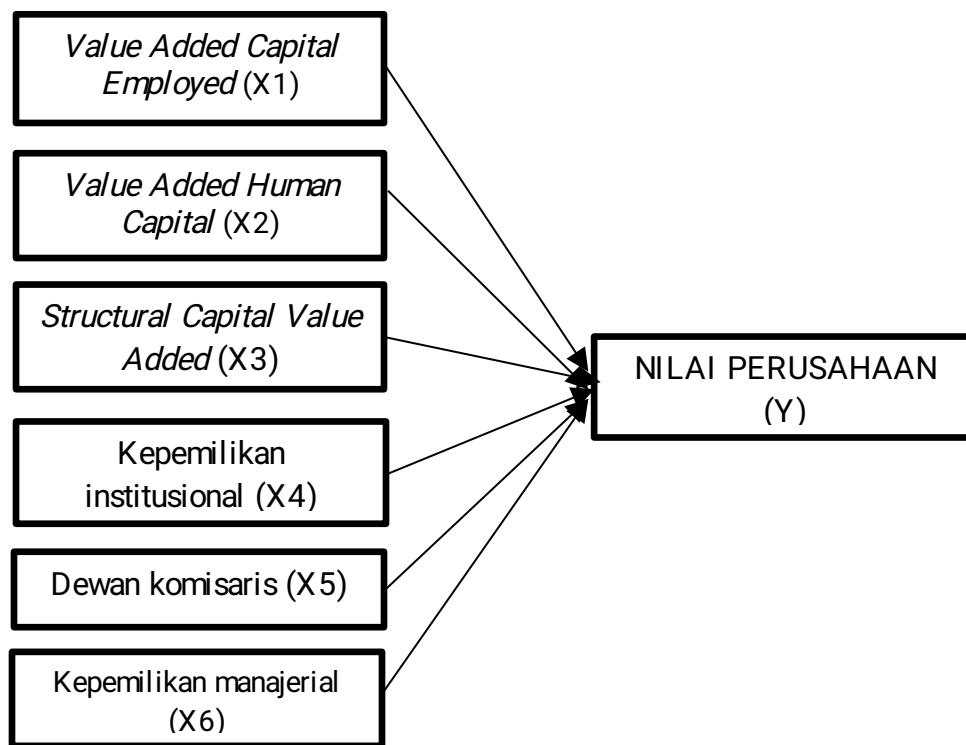
Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Hot Kristian Maryanto (2017)	Pengaruh <i>Intellectual capital</i> dan <i>good corporate governance</i> terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variable intervening pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2011-2014	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan (Y) • <i>Intellectual capital</i> (X1) • Kepemilikan manajerial (X2) • Komisaris Independen (X3) • Komite audit (X4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intellectual capital berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, 2. Kepemilikan manajerial berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan 3. Kepemilikan independen berpegaruh negative terhadap nilai perusahaan 4. Komite audit

			berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan
Ristika Ramadini (2017)	Pengaruh Intellectual Capital dan Earning PerShare terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010- 2014)	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan (Y), • <i>Intellectual Capital</i> (X1), • <i>Earning Per Share</i> (X2), 	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa baik secara parsial maupun simultan kedua variabel independen yaitu <i>intellectual capital</i> dan <i>earning per share</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di bursa efek indonesia.
Ulfah Sayyidah & Muhammad Saifi (2017)	Pengaruh intellectual capital terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan (Y), • <i>Intellectual Capital</i> (X) • (VACA): <i>Value Added</i> (X1) • <i>Capital Employeed</i> (VACA), <i>Human Capital</i> (VAHU) (X2), • <i>Structural Capital</i> (STVA) (X3) 	Hasil penelitian ini menunjukkan: <ol style="list-style-type: none"> 1. VAIC™ berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan, 2. VAHU yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. VACA dan STVA tidak berpengaruh

		<ul style="list-style-type: none"> • Moderasi: <i>Return On Investment (ROI)</i>. 	<p>signifikan terhadap Nilai perusahaan,</p> <p>4. Return On Investment (ROI) berpengaruh signifikan dalam memediasi hubungan antara VAIC™ terhadap Nilai perusahaan.</p>
<p>Paskah Simanungkalit (2015)</p>	<p>Pengaruh <i>intellectual capital</i> Terhadap nilai perusahaan dengan Kinerja keuangan sebagai variabel Intervening</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan (Y) • <i>Intellectual Capital (X)</i> • (VACA): <i>Value Added (X1)</i> • <i>Capital Employed (VACA)</i>, • <i>Human Capital (VAHU) (X2)</i>, • <i>Structural Capital (STVA) (X3)</i> • Intervening (Z): <i>Return On Asset (ROA)</i> 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. VACA dan STVA berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. 2. VACA dan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV. 3. Kinerja keuangan memediasi hubungan antara VACA dan STVA terhadap nilai perusahaan.

2.9. KERANGKA PEMIKIRAN

Dilihat dari bahasan diatas penulis dapat membuat argumentasi tentang masalah yang diambil oleh penulis yaitu Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening sebagai berikut:



2.10. BANGUNAN HIPOTESIS

Pengembangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh *Value Added Capital Employed* (VACA) terhadap nilai perusahaan

Teori stakeholder yang menyatakan bahwa *value added* merupakan instrument

pengukuran yang lebih akurat dalam mengukur kinerja sebuah perusahaan dibandingkan dengan laba akuntansi yang hanya merupakan ukuran return bagi pemegang saham.

Value Added Capital Employed sebagai ukuran efisiensi *intellectual capital* yang terdiri dari 3 kategori yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan karyawan (*human capital*); pengetahuan yang berhubungan dengan mitra perusahaan (*customer capital*) dan pengetahuan yang berhubungan hanya dengan perusahaan (*structural capital*). Ketika perusahaan mampu menyelaraskan antara karyawan, pelanggan atau pembeli, dan struktur dalam perusahaan maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Ulum (2007) IC diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan maupun kinerja keuangan perusahaan. Firer dan Williams (2003), Chen et al. (2005) dan Tan et al. (2007) dalam penelitiannya telah membuktikan bahwa IC (VAIC™) berpengaruh secara positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan menggunakan VAIC™ yang diformulasikan oleh Pulic (1998; 1999; 2000) sebagai ukuran kemampuan intelektual perusahaan (*corporate intellectual ability*), berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Value Added Capital Employed* (VACA) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh *Value Added Human Capital* (VAHU) terhadap Nilai Perusahaan

Value Added Human Capital (VAHU) merupakan salah satu komponen dari perhitungan nilai *intellectual capital*. VAHU menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan dengan tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan untuk

HC terhadap *value added* organisasi.

VAHU menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan dalam *Human Capital* (HC) terhadap *value added* organisasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah dan Muh Saifi (2017) yang menyatakan bahwa VAHU berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂: *Value Added Human Capital (VAHU)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh *Structural Capital Value Added (STVA)* terhadap nilai perusahaan

Structural Capital Value Added (STVA) 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.

Perusahaan dengan *structural capital* yang kuat akan memiliki dukungan budaya yang memungkinkan perusahaan untuk mencoba sesuatu, untuk belajar dan mencoba kembali sesuatu tersebut. Konsep *intellectual capital* memungkinkan untuk perusahaan melakukan perkembangan guna mengukur nilai perusahaan pada suatu perusahaan. Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah dan Muh Saifi (2017) yang menyatakan bahwa *Structural Capital Value Added (STVA)* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

H₃: *Structural Capital Value Added (STVA)* tidak berpengaruh signifikan

terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pemerintah institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwalian, dan institusi lainnya pada akhir tahun. Adanya kepemilikan institusional disuatu perusahaan akan mendorong peningkatan pengawasan agar lebih optimal terhadap kinerja manajemen karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung kinerja manajemen. Hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan. Mekanisme monitoring ini akan menjamin peningkatan kemakmuran dari para pemegang saham serta menghalangi tindakan *opportunistic* yang dilakukan oleh manajer yang dapat menurunkan nilai perusahaan.

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. Begitu juga penelitian Wening (2009), semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka semakin besar pula kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap nilai perusahaan

Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelola internal perusahaan, memiliki peranan terhadap pengawasan perusahaan. Hubungan antara dewan komisaris dengan nilai perusahaan didukung oleh fungsi *service* dan kontrol yang diberikan kepada dewan komisaris. Fungsi *service* menyatakan bahwa dewan komisaris dapat memberikan konsultasi dan nasihat manajemen. Fungsi monitoring yang dilakukan dewan komisaris dipengaruhi oleh jumlah atau ukuran dewan komisaris. Dewan komisaris mewakili mekanisme internal utama untuk mengontrol perilaku oportunistik manajemen sehingga dapat membantu menyelaraskan kepentingan pemegang saham dan manajer.

Dewan komisaris dalam suatu perusahaan lebih ditekankan pada fungsi monitoring dari implementasi kebijakan direksi. Peran komisaris ini diharapkan akan meminimalisir permasalahan agensi yang timbul antara dewan direksi dengan pemegang saham. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Barnhart & Rosenstein (1998) (dalam Nasser, 2003) membuktikan bahwa semakin tinggi perwakilan dari *outside director* (komisaris independen) maka semakin tinggi independensi dan efektifitas *corporate board*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

6. Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan

Perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham mengakibatkan manajemen berperilaku curang sehingga merugikan pemegang saham. Oleh karena itu diperlukan suatu mekanisme pengendalian yang dapat mensejajarkan perbedaan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham agar manajemen termotivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan saham

manajemen adalah proporsi saham biasa yang dimiliki oleh para manajemen. Dengan adanya kepemilikan manajerial maka manajer yang sekaligus pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, maka nilai kekayaannya sebagai pemegang saham akan meningkat juga.

Jensen dan Meckling (1976) dalam Kusumaningtyas (2015) yang membuktikan bahwa variabel struktur kepemilikan saham oleh manajemen mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Peningkatan proporsi saham yang dimiliki manajerial akan menurunkan kecenderungan manajer untuk melakukan tindakan yang berlebihan. Dengan demikian, maka akan mempersatukan kepentingan manajer dengan pemegang saham, hal ini berdampak positif meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.