

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signalling Theory*

Teori sinyal berakar pada teori akuntansi pragmatik yang memusatkan perhatian pada pengaruh informasi terhadap perubahan perilaku pemakai informasi. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan dengan kinerja yang tinggi menggunakan informasi keuangan untuk mengirim sinyal kepada pasar. Melalui sinyal tersebut, pasar diharapkan dapat membedakan antara perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Soemarso, 2004).

Menurut Wolk, *et al.* (2001) dalam Yadnyana dan Wati (2010), teori sinyal memberikan solusi untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak eksternal. Solusi tersebut berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya. Jadi, manajer seharusnya menyediakan sinyal (informasi) yang dapat dipercaya dan dekat dengan kebenaran karena sinyal tersebut akan digunakan dalam pengambilan keputusan. Jika manajer menyediakan sinyal yang salah kepada pasar, kemudian pasar menyadari kebenarannya, maka pasar akan memberikan harga yang rendah pada nilai pasar saham perusahaan. Oleh karena itu, manajer harus memberikan informasi mengenai nilai aset tidak berwujud dan

perubahannya karena informasi tersebut merupakan sinyal atas nilai perusahaan yang sebenarnya.

2.1.2 Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal Tahun 1970 an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Meythi dkk, 2012).

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*, dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Meythi dkk, 2012).

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau

klaim terhadap perusahaan. Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan (Safrida, 2008).

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut. *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder* (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Meythi dkk, 2012).

2.2 Nilai Pasar Perusahaan

Tujuan manajemen keuangan perusahaan adalah memaksimalkan nilai kekayaan para pemegang saham. Nilai kekayaan dapat dilihat melalui perkembangan harga saham (*common stock*) perusahaan di pasar. Dalam hal ini, nilai saham dapat merefleksikan investasi keuangan perusahaan dan kebijakan dividen. Oleh karena itu, dalam teori-teori keuangan, variabel yang sering digunakan dalam penelitian

pasar modal untuk mewakili nilai perusahaan adalah harga saham dengan berbagai jenis indikator, antara lain return saham, harga saham biasa, abnormal *return*, *PER*, dan indikator lain yang merepresentasikan harga saham biasa di pasar modal. Dengan demikian bisa dimaknai bahwa tujuan manajemen keuangan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan para pemegang saham, yang berarti meningkatkan nilai perusahaan yang merupakan ukuran nilai objektif oleh publik dan orientasi pada kelangsungan hidup perusahaan (Siallagan dan Machfoedz, 2006).

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada tahun t , yang tercermin pada harga saham tahun $t + 1$. Menurut Van Home dalam (Meythi dkk, 2012) mengatakan bahwa nilai perusahaan merupakan total nilai dari harga pasar baik hutang-hutang perusahaan maupun saham perusahaan. Nilai saham perusahaan merupakan nilai yang selalu berubah berdasarkan kondisi perusahaan baik saat ini maupun dimasa yang akan datang, sehingga nilai perusahaan salah satu komponennya dapat diukur dari nilai pasar perusahaan. Menurut Mardiyanto (2009), nilai perusahaan dapat dikaitkan dengan harga saham suatu perusahaan dibursa saham, hal ini merupakan suatu indikator bahwa kinerja perusahaan dalam keadaan baik. Meningkatnya harga saham mencerminkan kepercayaan pasar akan baiknya prospek perusahaan bersangkutan pada masa mendatang. Ukuran penilaian perusahaan dapat dibentuk melalui dua pendekatan yaitu pendekatan ekuitas dan pendekatan aktiva. Menurut pendekatan ekuitas nilai perusahaan

adalah nilai pasar ekuitas yaitu jumlah ekuitas yang beredar dikali dengan harga pasar pada setiap akhir tahun buku.

Market value perusahaan kaitannya dengan laporan keuangan diuraikan oleh teori pasar efisien. Fama dalam Belkaoui (2003, dalam Meythi dkk, 2012) menyatakan bahwa dalam pasar efisien ”mencerminkan sepenuhnya” mencerminkan informasi yang tersedia. Hipotesis pasar efisien mengungkapkan bahwa harga saham sekarang mencerminkan sepenuhnya informasi pada masa lampau, informasi yang dipublikasikan dan informasi yang tidak dipublikasikan.

Nilai pasar (*market value*) adalah harga saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar. Nilai pasar ini ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham bersangkutan di pasar bursa. Berkaitan dengan bursa saham, Siallagan dan Machfoedz, (2006) menyatakan bahwa nilai pasar merupakan harga pasar riil dan harga yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham perusahaan pada pasar yang sedang berlangsung atau sudah tutup, berdasarkan bursa utama. Nilai pasar menunjukkan keadaan perusahaan berdasarkan persepsi investor yang teraktualisasi melalui harga saham. Secara garis besar nilai pasar perusahaan merupakan harga seluruh saham yang beredar (*closing price*).

Dapat disimpulkan, *market value* adalah harga saham yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham perusahaan pada pasar yang sedang berlangsung atau sudah tutup, yang didasarkan pada bursa utama oleh pelaku pasar sebagai konsekuensi dari posisi tawar antara penjual dan pembeli

saham, sehingga nilai pasar menunjukkan fluktuasi dari harga saham dimana harga saham sekarang mencerminkan sepenuhnya informasi pada masa lampau, informasi yang dipublikasikan dan informasi yang tidak dipublikasikan.

Nilai perusahaan dapat diukur melalui variabel CMV (*corporate market value*). CMV menunjukkan nilai kapitalisasi pasar atau keseluruhan nilai saham yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai tersebut merupakan salah satu indikator untuk menilai kinerja keuangan perusahaan (Safrida, 2008).

2.3 Laporan Keuangan

Keadaan yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan dalam kondisi stabil. Contoh faktor risiko: perusahaan mungkin memanipulasi laba ketika stabilitas keuangan atau profitabilitasnya terancam oleh kondisi ekonomi.

Menurut pedoman etika akuntan IAI, laporan keuangan adalah suatu penyajian data keuangan termasuk catatan yang menyertainya, bila ada, yang dimaksudkan untuk mengkomunikasikan sumber daya ekonomi (aktiva) dan atau kewajiban suatu entitas pada saat tertentu atau perubahan atas aktiva dan atau kewajiban selama suatu periode tertentu sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum atau basis akuntansi komprehensif selain prinsip akuntansi yang berlaku umum.

Harahap (2011) menyatakan laporan keuangan (*financial statement*) merupakan media informasi yang merangkum semua aktivitas perusahaan. Jika informasi ini disajikan dengan benar, informasi tersebut sangat berguna bagi siapa saja untuk mengambil keputusan tentang perusahaan yang dilaporkan tersebut. Laporan

keuangan terdiri dari neraca, perhitungan rugi laba, dan laporan perubahan posisi keuangan. Laporan keuangan dibuat oleh manajemen dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya oleh para pemilik perusahaan. Laporan keuangan perusahaan merupakan sumber informasi yang penting disamping informasi lain seperti informasi industri, kondisi perekonomian, pangsa pasar perusahaan, kualitas manajemen dan yang lainnya. Ada tiga macam laporan keuangan yang pokok dihasilkan yaitu neraca, laporan laba-rugi, dan laporan aliran kas.

Laporan keuangan merupakan komoditi yang bermanfaat dan dibutuhkan masyarakat, karena dapat memberikan informasi yang dibutuhkan para pemakainya dalam dunia bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan, dengan membaca laporan keuangan dengan tepat, seseorang dapat melakukan tindakan ekonomi menyangkut lembaga perusahaan yang dilaporkan dan diharapkan akan menghasilkan keuntungan baginya.

Laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan transaksi keuangan selama satu tahun buku yang bersangkutan. Laporan yang lengkap terdiri dari komponen-komponen yaitu, neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas dan catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan mempunyai tujuan sebagai alat informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi (IAI, 2009 dalam Harahap, 2011). Laporan keuangan sebuah perusahaan sangat

banyak yang berkepentingan atas informasi yang disajikan, salah satunya adalah investor.

Berikut adalah karakteristik laporan keuangan dilihat dari segi kualitas berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) (Harahap, 2011):

1. Dapat dipahami

Kualitas penting informasi yang ditampung dalam laporan keuangan adalah kemudahannya untuk dipahami oleh pemakainya. Pemakai diasumsikan memiliki pengetahuan yang memadai tentang aktifitas ekonomi dan bisnis, akuntansi, serta kemauan untuk mempelajari informasi dengan ketekunan yang wajar. Namun demikian, informasi kompleks yang seharusnya dimasukkan di dalam laporan keuangan tidak dapat dikeluarkan hanya atas dasar pertimbangan bahwa informasi tersebut terlalu sulit untuk dapat dipahami oleh pemakai tertentu.

2. Relevan

Agar laporan keuangan bermanfaat, informasi di dalamnya harus relevan untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam proses pengambilan keputusan. Informasi di dalam laporan keuangan memiliki kualitas relevan jika dapat memengaruhi keputusan ekonomi pemakai dengan membantu mereka mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini, atau masa depan, menegaskan, atau mengoreksi hasil evaluasi mereka dimasa lalu. Informasi posisi keuangan dan kinerja dimasa lalu sering kali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja masa depan dan hal-hal lain yang langsung menarik perhatian pemakai, seperti:

pembayaran denda dan upah, pergerakan harga sukuritas, dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi komitmennya ketika jatuh tempo. Untuk memiliki nilai produktif, informasi tidak perlu harus dalam bentuk ramalan eksplisit. Namun demikian, kemampuan laporan keuangan untuk membuat prediksi dapat ditingkatkan dengan penampilan informasi tentang transaksi dan peristiwa masa lalu. Misalnya, nilai prediktif laporan laba rugi dapat di tingkatkan apabila pos-pos penghasilan atau beban yang tidak biasa, abnormal, dan jarang terjadi diungkapkan secara terpisah.

3. Materialitas

Relevansi informasi dipengaruhi oleh hakikat dan materialitas laporan keuangan. Informasi dipandang material apabila kelalaian untuk mencantumkan atau kesalahan dalam mencatat informasi tersebut dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakai yang diambil atas dasar laporan keuangan. Materialitas tergantung pada besarnya pos atau kesalahan yang dinilai sesuai dengan situasi khusus dari kelalaian dalam mencantumkan atau kesalahan dalam mencatat. Oleh karenanya, materialitas lebih merupakan suatu ambang batas atau titik pemisah dari pada suatu karakteristik kualitatif pokok yang harus dimiliki agar informasi dipandang berguna.

4. Keandalan

Supaya laporan keuangan bermanfaat, informasi juga harus handal (*reliable*). Informasi memiliki kualitas yang handal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material, dan dapat diandalkan

pemakainya sebagai penyajian yang tulus atau jujur (*faithful representation*) dari yang seharusnya disajikan secara wajar diharapkan dapat di sajikan.

5. Penyajian Jujur

Informasi keuangan di laporan keuangan pada umumnya tidak luput dari resiko penyajian yang dianggap kurang jujur dari pada apa yang seharusnya digambarkan. Hal tersebut bukan disebabkan karena kesenjangan untuk menyesatkan, tetapi lebih merupakan kesulitan yang melekat dalam mengidentifikasi transaksi serta peristiwa lainnya yang dilaporkan, atau dalam menyusun atau menerapkan ukuran dan teknik penyajian yang sesuai dengan makna transaksi dan peristiwa tersebut.

6. Subtansi Mengungguli Bentuk

Jika informasi dimaksudkan untuk menyajikan dengan jujur transaksi serta peristiwa lain yang seharusnya disajikan, peristiwa tersebut perlu dicatat dan disajikan sesuai dengan subtansi dan realitas ekonomi dan bukan hanya bentuk hukum. Subtansi transaksi atau peristiwa lain tidak selalu konsisten dengan apa yang tampak dari bentuk hukum.

7. Netralitas

Informasi harus diarahkan pada kebutuhan umum pemakai, tidak bergantung pada kebutuhan dan keinginan pihak tertentu. Tidak boleh ada usaha untuk menyajikan informasi yang menguntungkan beberapa pihak, sementara hal tersebut akan merugikan pihak lain yang mempunyai kepentingan yang berlawanan.

8. Pertimbangan Sehat

Penyusunan laporan keuangan adakalanya menghadapi ketidak pastian suatu peristiwa dan keadaan tertentu, seperti ketertagihan piutang yang diragukan, perkiraan masa manfaat pabrik serta peralatan, dengan tuntutan atas jaminan garansi yang mungkin timbul. Namun demikian, penggunaan pertimbangan sehat tidak memperkenankan, misalnya: pembentukan cadangan tersembunyi atau penyisihan, berlebihan, dan sengaja menetapkan aktiva atau penghasilan yang lebih rendah atau pencatatan kewajiban atau beban yang lebih tinggi sehingga laporan keuangan menjadi tidak netral, dan karena itu tidak memiliki kualitas yang handal.

9. Kelengkapan

Agar dapat diandalkan, informasi dalam laporan keuangan harus lengkap dalam batasan materialitas dan biaya.

2.4 Good Corporate Governance

Pasal Surat Keputusan Menteri BUMN No. 117/M-MBU/2002 tanggal 31 juli 2002 tentang penerapan GCG pada BUMN menyatakan bahwa *corporate governance* adalah “suatu proses dan stuktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya, berdasarkan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika”. Definisi ini menekankan pada keberhasilan usaha dengan memperhatikan akuntabilitas yang berdasarkan pada

peraturan perundangan dan nilai-nilai etika serta memperhatikan *stakeholder* yang tujuan jangka panjangnya adalah untuk mewujudkan dan meningkatkan nilai pemegang saham (Agoes dan Ardana, 2011).

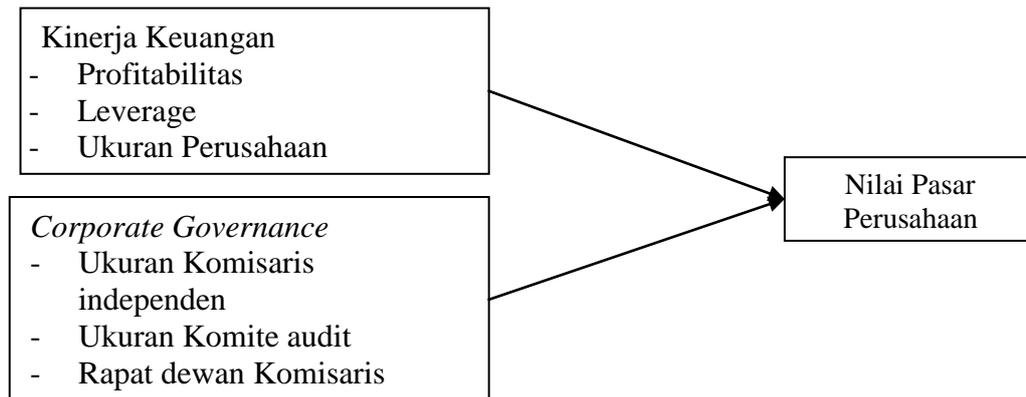
Pengertian *corporate gavernace* menurut Tumbuli Report di Inggris April, 1999 yang dikutip oleh Fujinuma dalam (Wibowo dan Aisjah, 2013) adalah sebagai suatu system pengendalian internal perusahaan yang memiliki tujuan utama mengelola resiko yang signifikan guna memenuhi tujuan bisnisnya melalui pengamanan aset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka penjang.

Bank Dunia (*World Bank*) mendefinisikan *good corporate gavernace* (GCG) sebagai hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan (Siallagan dan Machfoedz, 2006).

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, GCG secara singkat dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk mencapai nilai tambah (*value added*) bagi para pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena GCG dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang Bersih, Transparan, dan Profesional. Implementasi prinsip-prinsip GCG secara konsisten di perusahaan akan menarik minat para investor, baik domestik

maupun asing. Hal ini sangat penting bagi perusahaan yang akan mengembangkan usahanya, seperti melakukan investasi baru maupun proyek ekspansi.

2.5 Kerangka Penelitian



2.6 Penelitian Terdahulu

Safrida (2008) meneliti tentang pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Jakarta, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dengan periode penelitian tahun 2004 sampai dengan tahun 2006, berjumlah 151 perusahaan. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* berjumlah 45 perusahaan. Teknik pengujian data adalah dengan menggunakan regresi linear sederhana untuk menguji secara parsial dan regresi linear berganda untuk menguji secara simultan, dengan tingkat signifikansi alpha 5%. Hasil penelitian ini membuktikan secara parsial bahwa struktur modal berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan membuktikan bahwa

struktur modal dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Puspita (2011) meneliti tentang pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sampel penelitian yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2009. Sampel penelitian sebanyak 14 perusahaan manufaktur pada sektor *food and beverages*. Hasil dari analisis ini menyebutkan bahwa secara simultan struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Secara parsial variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah struktur modal dan profitabilitas, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Wibowo dan Aisjah (2013) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, kepemilikan manajerial, kebijakan *dividen* dan *leverage* terhadap *price book value* sebagai proksi dari nilai perusahaan. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2009 sampai 2011. Sampel diambil dengan teknik *purposive sampling* yaitu didasarkan pada kriteria tertentu. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa secara simultan profitabilitas, kepemilikan manajerial, kebijakan *dividen* dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial profitabilitas dan kebijakan *dividen* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan

kepemilikan manajerial serta *leverage* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Siallagan dan Machfoedz, (2006) meneliti tentang pengaruh mekanisme *corporate governance*, kualitas laba dan nilai perusahaan, objek penelitian ini dengan mengambil sampel sebanyak 74 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta yang menghasilkan 197, hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan mekanisme *corporate governance* yang terdiri dari: a) kepemilikan manajerial secara negatif berpengaruh terhadap nilai perusahaan, b) *dewan komisaris* secara positif berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan c) komite audit secara positif berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Keempat, kualitas laba bukan merupakan variabel pemediasi (*intervening variable*) pada hubungan antara mekanisme *corporate governance* dan nilai perusahaan.

2.7 Hipotesis Penelitian

2.7.1 Profitabilitas Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Profitabilitas menurut Saidi (2004) dalam Puspita (2011) adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. ROE merupakan salah satu rasio yang mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. ROE digunakan untuk mengukur besarnya laba bersih yang dapat diperoleh dari operasional perusahaan dengan menggunakan seluruh

kekayaannya. Tinggi rendahnya ROE tergantung pada pengelolaan *asset* perusahaan yang menggambarkan efisiensi operasional perusahaan. Semakin tinggi ROE semakin efisien operasional perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Puspita (2011) menyatakan bahwa profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Selanjutnya permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat. Femonema tersebut menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas merupakan insentif bagi peningkatan nilai pasar perusahaan.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai pasar perusahaan

2.7.2 Leverage Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan tingkat asetnya. Rasio ini mengukur likuiditas jangka panjang perusahaan dan dengan demikian memfokuskan pada sisi kanan neraca. Apabila kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang rendah maka tingkat solvabilitas perusahaan tersebut tinggi. Sebaliknya apabila kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang tinggi maka tingkat solvabilitas perusahaan tersebut rendah. Semakin besar *Leverage* menandakan struktur permodalan usaha lebih banyak memanfaatkan hutang-hutang relative terhadap ekuitas. Semakin besar *Leverage* mencerminkan risiko perusahaan yang relative tinggi akibatnya para investor

cenderung menghindari saham-saham yang memiliki nilai *Leverage* yang tinggi. Sofiati (2000) dalam Wibowo dan Aisjah (2013) menyatakan bahwa penggunaan hutang oleh suatu perusahaan akan membuat risiko yang ditanggung pemegang saham meningkat. Ketika terdapat penambahan jumlah hutang secara absolut maka akan menurunkan tingkat solvabilitas perusahaan, yang selanjutnya akan berdampak dengan menurunnya nilai pasar perusahaan.

H2 : Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai pasar perusahaan

2.7.3 Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai kedewasaan, dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam waktu yang relative lama, selain itu juga ukuran perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan relative stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total asset lebih kecil.

Hasil penelitian Safrida (2008) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa investor mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam membeli saham. Ukuran perusahaan dijadikan Patokan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang bagus.

H3 : ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai pasar perusahaan

2.7.4 Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Keefektifan pengawasan dalam aktivitas perusahaan dapat dipengaruhi oleh bagaimana dewan komisaris dibentuk dan diorganisir. Kinerja dewan yang baik akan mampu mewujudkan *good corporate governance* bagi perusahaan. Dalam penerapannya, pelaksanaan GCG sangat bergantung pada fungsi-fungsi dari dewan komisaris yang dipercaya sebagai pihak yang mengurus perusahaan. Komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara penuh dalam mengelola perusahaan.

Jumlah dewan komisaris yang semakin banyak menandakan bahwa dewan komisaris yang melakukan fungsi pengawasan dan koordinasi dalam perusahaan semakin baik (Siallagan dan Machfoedz, 2006). Karena 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 pasar perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H4 : Ukuran dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai pasar perusahaan

2.7.5 Ukuran Komite Audit Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Penggunaan variabel *corporate governance* (CG) sebagai suatu struktur yang sistematis untuk memaksimalkan nilai perusahaan. *Corporate governance* mensyaratkan adanya tata kelola perusahaan yang baik. Tata kelola perusahaan yang baik menggambarkan bagaimana manajemen mengelola *asset* dan modalnya dengan baik agar menarik para investor. Pengelolaan *asset* dan modal suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan yang ada. Jika pengelolaannya dilakukan dengan baik maka secara otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran komite audit adalah jumlah anggota komite audit yang ada di dalam perusahaan. Siallagan dan Machfoedz (2006) menyatakan bahwa suatu perusahaan akan mempunyai dua motif untuk memiliki komite audit yaitu: (1) motif *governance* (penciptaan nilai perusahaan) dan (2) motif distributif (membatasi kepentingan *controlling owner*). Oleh karena itu semakin banyak jumlah komite audit yang ada di dalam perusahaan, maka akan semakin efektif fungsi *monitoring* serta kontrol terhadap kinerja perusahaan. Dengan kinerja perusahaan yang baik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Penelitian yang dilakukan Isshaq (2009) dalam Siallagan dan Machfoedz (2006) menghasilkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara ukuran komite audit dan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H5 : Ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap nilai pasar perusahaan

2.7.6 Rapat Dewan Komisaris Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Tugas dewan komisaris sangat penting dalam mengawasi kebijakan dan pelaksanaan kebijakan perusahaan itu sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen. Dewan komisaris juga dituntut untuk bisa memberikan nilai pada perusahaan dan harus bisa memberikan manfaat kepada stakeholder. Efektifitas peran dewan komisaris diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kompetensi dewan komisaris, proporsi dewan komisaris independen, dan frekuensi rapat dewan komisaris independen. Kompetensi dewan komisaris perlu diperhatikan, walaupun tidak mengharuskan seseorang untuk masuk dalam dunia bisnis tetapi akan lebih baik jika dewan komisaris mempunyai kompetensi yang baik di bidang ekonomi, sehingga pertemuan dalam membahas mengawasi perusahaan untuk tujuan jangka panjang sangat perlu dilakukan.

Penelitian yang dilakukan Isshaq (2009) dalam Siallagan dan Machfoedz (2006) membuktikan hubungan positif signifikan antara rapat dewan komisaris dan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H6: Rapat Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap nilai pasar perusahaan